DIGITAL EDITION

Luglio / Agosto 2018 · anno XXXII · n. 261

Italia a Tavola

Quattroerre Group
Passione vino

RISTORANTI · HOTEL · PIZZERIE · PASTICCERIE · BAR · AGRITURISMI · ENOTECHE

il direttore
Alberto Lupini

TripAdvisor chiede aiuto a Fipe
Svolta nel far west delle recensioni online?

TripAdvisor ammette ufficialmente che non ha la possibilità di controllare se le recensioni che pubblica siano veritiere o meno. Anzi, nonostante le smentite, prende atto che molti commenti sono frutto di imbrogli e falsità, ma non è in grado di evitarlo. Così come riconosce che sono farlocche le graduatorie. Per cercare di porre rimedio a quella che è la più vistosa falla del suo sistema (l'ormai crescente mancanza di credibilità), il Gufo ha ora deciso di giocare la carta di alcuni investimenti (che non sono però noti) e di un accordo strategico con la Fipe che potrebbe diventare un presidio a tutela di chi si ritiene vittima di recensioni tarocche.

Secondo un'intesa siglata a Londra, tutti coloro che si rivolgeranno agli uffici delle Ascom territoriali per lamentare recensioni false o ingannevoli, dovrebbero trovare soddisfazione nel giro di 24-48 ore. Come dire che, di fronte alla sua palese incapacità tecnologica di gestire le recensioni, TripAdvisor chiede l'aiuto di chi può essere in contatto diretto con ristoratori e albergatori che ritengono di essere stati falsamente giudicati. Non è chiaro se Fipe si occuperà solo dei suoi iscritti e se le saranno date le chiavi per entrare nel sistema e cancellare direttamente commenti palesemente falsi o da querela, oppure se farà solo da tramite. Ma è chiaro che quanto annunciato potrebbe essere un passo importante per cercare di portare un po' di verità in un portale cresciuto all'insegna delle fake news. E in aggiunta, altro punto significativo, il Gufo introdurrà delle categorie per distinguere fra le diverse tipologie di locali, a partire dal fatto che abbiano un servizio ai tavoli o meno.

TripAdvisor si avvia dunque verso una normalizzazione? Dopo anni di battaglie per denunciare imbrogli e manipolazioni ci piacerebbe poterlo affermare, ma quando anche questi impegni fossero davvero rispettati (e TripAdvisor si è rimangiata spesso gli impegni presi in direzione della trasparenza...), ci sono ancora problemi enormi che non sembra si vogliano risolvere. Ricordiamo per tutti l'anonimato, la mancanza di un minimo di certificazione di aver effettivamente pagato un servizio, il proliferare di agenzie che vendono pacchetti di recensioni per scalare le classifiche e, non certo ultimo per importanza, l'impossibilità per un locale di uscire dagli elenchi del Gufo.

È vero che avere affidato un ruolo significativo alla Fipe (almeno per quanto riguarda il controllo e la pulizia delle recensioni più imbarazzanti...) sembra un segnale di buona volontà. Oggi più che mai bisognerà però vedere se da lì si potrà procedere, passo dopo passo, per riformare sul serio il portale. Per quanto ci riguarda seguiremo con attenzione (senza eccedere in ottimismo...) queste novità, che in ogni caso non sono banali. Agli amici della Fipe facciamo gli auguri perché il compito che si sono presi è davvero grande e rischioso per le responsabilità che comporta.

Dopo anni di battaglie per denunciare imbrogli e manipolazioni, non possiamo che essere soddisfatti dell'accordo che ha come fine quello di portare un po' di verità nel sito del Gufo. Ma alcune questioni restano aperte

Per i tuoi commenti cerca il codice 56539 su www.italiaatavola.net

In copertina

Quattroerre Group Passione vino 78

Una vasta gamma di prodotti italiani ed esteri rispondenti alle esigenze avanzate del canale Horeca sul mercato italiano e internazionale. Dal 1982 Quattroerre Gruop distribuisce vini, birre, distillati, grappe e bevande

Sommario

Diffusione di questo numero: 59.000 COPIE (STAMPA) 235.000 COPIE (DIGITALE)

20

38 40

42

50 54

60

102 110

140

Cerca gli approfondimenti su www.italiaatavola.net

Questo simbolo in coda a un articolo indica che sul quotidiano online www.italiaatavola.net ci sono versioni più ampie del testo, approfondimenti o gallery fotografiche consultabili inserendo nel campo cerca per codice o parola chiave il numero che lo affianca.

Questo simbolo indica che c'è un video

Consulta l'oroscopo di Fabio Mendolicchio www.starsandfood.it

Rocco Pozzulo
Presidente Nazionale Fic

Hotel e ristorante a casa propria Siamo alle solite, Calimero!

Chi non ricorda quel famoso spot pubblicitario di qualche decennio fa del pulcino Calimero in Carosello? È proprio il caso di citarlo anche oggi, con la "discesa in campo", dopo le questioni già sorte con il social eating di Gnammo, della nuova idea dell'"home restaurant hotel". In definitiva chiunque, proprietario di appartamento, che abbia un po' di intraprendenza (e tanto poco buon senso!), può trasformare casa propria in affittacamere con servizio di ristorante.

Che l'ingegno umano non abbia limiti è risaputo, che la ricerca del profitto da parte di tutti sia lecita nessuno lo mette in dubbio, ma sfruttare le crisi economiche per accaparrare facili guadagni e portare scompiglio in settori lavorativi legalmente accreditati, penso sia scorretto; un "business" da boicottare a pieno titolo, specie se i suoi promoter non hanno mai avuto rilevanti e dirette esperienze nel settore.

Prima il social eating di Gnammo, poi la trovata degli "home restaurant hotel": tutte iniziative che, celate, infliggono duri colpi ai professionisti certificati, mettendo per di più a rischio la sicurezza dei consumatori

La Federazione italiana cuochi, della quale sono onorato di essere rappresentante, dopo Gnammo condanna a piena voce e con fermezza il nuovo progetto "home restaurant hotel", ritenendolo altrettanto rischioso per potenziali clienti e motivo giustificato di grave allarmismo sia tra gli operatori dell'Horeca che tra i lavoratori "legittimati" dell'intero comparto.

Ritengo che l'Hotel & Restaurant "fai da te" sia l'ennesima machiavellica trovata, ingannevolmente qualificata dai suoi promotori con ideali di share economy, dove l'unico beneficio collettivo è da parte di coloro che tendono i "fili" di questo anomalo sistema di accoglienza. La nostra associazione comunque guarda sempre in avanti, è aperto alle novità, anche alle mode di un solo momento, purché siano nella piena legalità e garantite per igiene e sicurezza pubblica, nella tutela naturalmente del lavoratore e della sua professionalità.

Chiediamo al Governo, attraverso il ministro delle Politiche agricole e del Turismo, Gian Marco Centinaio, un tempestivo intervento e un vigile controllo su tutte quelle attività poco chiare che gettano ombra su quei settori dell'Horeca, affinché la serietà, la competenza e la professionalità che contraddistinguono l'accoglienza italiana non perdano in autorevolezza e rettitudine.

Rocco G. Pozzulo

Per i tuoi commenti cerca il codice 56471 su www.italiaatavola.net

Federico Anzellotti
Presidente nazionale Conpait

È tempo di gelato Come riconoscere quello artigianale?

Se entrando in una gelateria vediamo quelle montagnone di gelato uscire fuori di parecchio dalle vaschette esposte, qualcosa non va. Il gelato si trova molto al di sopra della linea del freddo, per il sistema di refrigerazione all'interno delle vetrine, eppure non tende a squagliarsi come farebbe se fosse prodotto con tutti i canoni. Questo potrebbe essere segnale di una dose di grassi vegetali idrogenati, che resistono a temperature maggiori.

Ancora, fidiamoci della vista, stavolta per quanto riguarda il colore. Deve essere naturale. Il problema delle colorazioni "assistite" riguarda principalmente i gusti frutta. Bisogna tenere a mente che nella lavorazione la frutta un po' si ossida, la vivacità del colore tende ad affievolirsi con le basse temperature. Il gusto banana, se naturale, è bianco, il kiwi verdino spento, ecc.

La temperatura. Può sembrare strano ma il gelato non deve essere troppo freddo, cioè non deve dare in bocca la sensazione di un gelo fastidioso, specie per quanto riguarda le creme (i sorbetti, base acqua, devono sembrare un po' più freddi). Potrebbe essere segnale di una scarsa incorporazione di aria, dovuta a un bilanciamento non corretto della ricetta, quindi di un gelato non ben equilibrato. Ma non deve essere nemmeno troppo caldo (quelli che somigliano più a mousse che a gelati) perché potrebbero avere un eccessivo incorporamento di aria. O avere una eccessiva dose di grassi e/o stabilizzanti.

D'estate il consumo di gelati raggiunge picchi elevati. Per riconoscere un gelato artigianale il primo aspetto da considerare è quello visivo

Il corpo. Come i vini, anche i gelati hanno un corpo, quello che si sente, che pesa sulla lingua. Il corpo è un aspetto collegato di solito anche alla temperatura: una crema troppo leggera, cioè troppo magra, è una crema in cui si è risparmiato su latte e/o panna. Quindi sarà anche troppo fredda perché prevarrà l'acqua.

La struttura. Nel gelato, per definizione, ci sono dei cristalli. Devono essere finissimi, per una struttura che risulti morbida sulla lingua, liscia, spatolabile. Il gelato ben fatto ha queste caratteristiche. Che però non durano in eterno. Quando il gelato non è fresco tende naturalmente a perdere le sue qualità, anche se è stato ben fatto. La presenza di cristalli grossi può essere indice di gelato non fresco o di una vetrina a temperatura non ottimale, perché l'acqua a poco a poco si slega e ri-cristallizza.

La fragranza di gusto e persistenza aromatica. Sembra banale, ma la nocciola deve sapere di nocciola, la noce di noce, il limone di limone e così via. Ogni gusto deve essere riconoscibile nella sua individualità, deve avere la sua personalità e non deve subito svanire, il sapore e l'aroma dovrebbero restare abbastanza a lungo in bocca.

Il gelato di qualità non fa venire sete. A volte si ha questa necessità di bere dopo aver mangiato il gelato, che invece dovrebbe essere rinfrescante, quasi dissetante. Infatti la temperatura del corpo umano in condizioni normali non riesce a sciogliere bene in bocca quelli vegetali, ed ecco la voglia di bere.

Federico Anzellotti

Per i tuoi commenti cerca il codice 56547 su www.italiaatavola.net

Enrico Derflingher
Presidente Euro-Toques International e Italia

Euro-Toques continua a crescere Cucina e cuochi italiani al centro

Molte iniziative, attività e progetti sono stati fatti. Ancora di più sono quelli che realizzeremo. Sono passati ormai più di 30 anni da quel lontano 1986 in cui Paul Bocuse insieme ad altri grandi nomi della cucina di tutta Europa, tra cui il Maestro Gualtiero Marchesi, diede il primo impulso alla nascita di questa associazione, che ad oggi - è giusto ricordarlo - è l'unica riconosciuta dalla Commissione europea e annovera tra i suoi iscritti alcuni dei più rinomati cuochi italiani, tra cui tutti i tre stelle Michelin.

Come presidente, per il secondo mandato, di Euro-Toques Italia, ci tengo a ricordare a tutti gli iscritti - i vecchi, i nuovi e anche quelli futuri - l'importanza degli obiettivi che animano la nostra associazione, dalla difesa della qualità degli alimenti all'apertura di uno spazio di confronto costante per i cuochi, nel quale si sentano tutelati e valorizzati.

La nostra è un'associazione che pone grande attenzione al rispetto delle materie prime e delle tradizioni nelle diverse cucine regionali, senza dimenticare mai un aspetto di grande attualità come la sicurezza alimentare.

Attraverso una diffusione sempre più capillare dei soci sul territorio nazionale, vogliamo intensificare le nostre attività, che non si limitano a serate e cene di beneficenza, ma riguardano anche il tema della formazione e dell'educazione alimentare nelle scuole, promuovendo il cibo sano e i valori della Dieta mediterranea. Un aspetto su cui non ci stancheremo mai di insistere è poi il legame tra enogastronomia e turismo: chi sceglie di viaggiare in Italia non lo fa solo per il patrimonio storico, artistico e culturale del nostro Paese, ma anche per l'eccellenza della nostra cucina. E visto che la cucina si esprime attraverso i ristoranti, abbiamo deciso negli ultimi anni di migliorare uno strumento come la nostra Guida che, grazie anche all'importante contributo di Italia a Tavola, è diventata un canale per valorizzare il cuoco rispetto al suo ristorante.

Euro-Toques Italia sta lavorando alle nuove attività del 2018-2019, che avranno bisogno del sostegno e della partecipazione di tutti. Dobbiamo essere sempre più numerosi e diventare sempre più forti ed efficienti nella valorizzazione della Cucina italiana. Con l'avvicinarsi della fine della stagione estiva si andranno a chiudere le iscrizioni dei nuovi associati: sono tanti i colleghi che ci chiedono di potersi iscrivere. A tutti i cuochi italiani ricordo che le nostre porte sono aperte a chi condivide i nostri obiettivi e le finalità delle nostre iniziative. Per entrare nella nostra famiglia europea basta inviare un curriculum e permetterci di valutare la compatibilità col nostro statuto.

Euro-Toques Italia sta lavorando alle nuove attività per il 2018-2019.
Avremo bisogno del sostegno e della partecipazione di tutti.
Con la fine della stagione estiva si chiuderanno le iscrizioni dei nuovi associati

Per i tuoi commenti cerca il codice 56519 su www.italiaatavola.net

EXPERIENCE
POMMERY
CHAMPAGNE
THE SKY
HAS NO LIMIT
POMMERY
CHAMPAGNE
POMMERY
REIMS
FRANCE
MAISON FONDÉE
EN 1836
ROYAL
BLUE SKY
CHAMPAGNE
POMMERY
SUR GLACE
BERE RESPONSABILMENTE
www.vrankenpommery.com

Marco Reitano

Presidente Noi di Sala

Camerieri validi cercasi
Ma se le scuole non insegnano...

Qualche settimana fa sono stato a fare docenza sul servizio agli studenti di sala di uno storico istituto alberghiero. Come sempre ho cercato di portare la testimonianza della mia esperienza giornaliera cercando di colpire l'interesse degli studenti sugli aspetti attuali e motivanti di questo bel mestiere.

Credo che i giovani abbiano proprio bisogno di questo, hanno necessità di innamorarsi, di appassionarsi al bel lavoro di sala. Certo, lo stile e le peculiarità di una moderna ristorazione cambiano velocemente, sempre in continua evoluzione: è necessario essere aggiornati!

Ebbene, dopo la lezione sono stato invitato a pranzare al ristorante dell'istituto, con in sala a lavorare gli stessi studenti del corso. Inutile dire che il servizio era impacciato, disarticolato, reso ancor più laborioso dall'insegnante che, nelle funzioni di caposala, dava istruzioni "live" ai ragazzi, lui stesso attanagliato da dubbi e insicurezze. A conti fatti non era un servizio così difficoltoso: per dei ragazzi del quarto anno sarebbero dovute bastare poche e semplici istruzioni "pre-servizio" per il corretto svolgimento del pranzo.

Ma a colpirmi di più in questo servizio inutilmente arzigogolato è stato un episodio specifico: ad un certo punto del pranzo il professore ha animatamente rimproverato un alunno cameriere perché aveva dimenticato il così detto "tovagliolo di servizio", da "indossare" accavallato all'avambraccio. Portare sull'avambraccio il tovagliolo di servizio è insegnato in tutti gli istituti alberghieri. Il cosiddetto "tovagliolo di servizio" ha delle funzionalità specifiche che ogni interessato può andare a studiarsi sui datati testi scolastici o nella datata letteratura di riferimento.

> Può capitare che i ragazzi degli alberghieri non siano ancora ferrati sui dettagli del servizio, ma se anche coloro che dovrebbero guidarli non ne hanno la capacità, questa professione finirà per risentirne

Ora, non voglio approfondire la materia riguardante l'utilità che un tovagliolo può avere per un cameriere, ma mi chiedo, voi ne avete mai visto uno? Avete mai visto un cameriere venire ad accogliervi con un tovagliolo sull'avambraccio? Lo vorreste nel vostro ristorante? Gli insegnanti vanno mai a mangiare in un ristorante? In quale? Si tratta solo di un dato, ma lampante, che descrive bene la situazione.

La scuola alberghiera è quella con più alunni in Italia. L'Italia ha un livello di disoccupazione allarmante ma per quanto riguarda il nostro settore si ricevono s.o.s. ogni minuto da parte di ristoratori alla disperata ricerca di personale di sala. Ribadisco, è solo un dato, ma un dato che deve far riflettere.

Marco Reitano

Per i tuoi commenti cerca il codice 56464 su www.italiaatavola.net

Alessandro D'Andrea
Presidente Associazione direttori d'albergo

Nel turismo c'è tanto da fare

Senza nulla togliere ai predecessori e a quanto comunque sia stato fatto (o meglio si è cercato di fare) in passato per questo settore, è indubbio che si tratti di un comparto che richiede una comprovata esperienza e approfondita conoscenza dall'interno, affinché le iniziative che si intraprendono siano realmente efficaci. Già prima che gli venisse confermato questo ulteriore importante incarico in seno all'attuale Governo Conte, Centinaio aveva dichiarato di voler "ristrutturare" l'Enit e noi siamo pienamente d'accordo sul fatto che ci sia bisogno di una sana riforma, per esempio al fine di poter organizzare una promozione unitaria a livello Paese, limitando in tal senso l'autonomia delle singole Regioni, per esempio nella comunicazione, nelle manifestazioni fieristiche, negli eventi sparsi per il mondo dove a volte si spendono capitali per far parlare del singolo borgo che gli stranieri neanche sanno se sia in Piemonte o Basilicata o in Italia o in Europa.

La destinazione Italia ha un potenziale enorme come attrattore per tutti i mercati del mondo. Certo, dicevamo prima, bisogna utilizzare i singoli punti di forza. Discorso analogo si potrebbe fare per la classificazione delle strutture alberghiere, altro argomento citato da Centinaio. Sarebbe ora che un albergo a 4 stelle sia riconosciuto tale in modo univoco in tutta Italia, se non addirittura in Europa. Certo bisogna prevedere eventuali deroghe (a livello regionale) per gli alberghi che meritano tale classificazione per la tipologia di struttura, per la qualità del servizio offerto, per la pluralità dei servizi proposti, ma magari non possono rispettare alcune caratteristiche richieste per questioni territoriali o strutturali.

Finalmente la tanto attesa delega al Turismo al ministro delle Politiche agricole Centinaio è stata conferita. Tanto attesa perché sin dalle premesse si preannunciava un impegno concreto da parte di un esperto

Si dovrebbe inoltre ristabilire una logica nelle denominazioni, affinché un albergo si possa chiamare Grand Hotel oppure Palace solo con determinate caratteristiche, evitando così di proporre il Grand Hotel di 40 camere a 3 stelle o ancora l'Hotel Palace all'interno di un edificio residenziale degli anni '80 senza neanche una pensilina davanti l'ingresso...

Ed infine, ma non per ultimo, una corretta e normata legislazione sulla "Direzione" delle aziende alberghiere da parte di professionisti che siano realmente in grado di governare la struttura, l'ospitalità, i clienti, l'immagine (propria e del comparto) oltre che l'azienda stessa in tutto il suo processo gestionale. Tutto ciò secondo competenze minime necessarie e certificate e il rispetto di un codice etico della professione del Direttore d'albergo, quello vero di un tempo. Questo aspetto è spesso sottovalutato dai proprietari/gestori perché immaginano un "estraneo" che (a volte a costi elevati) voglia comandare in casa loro e decidere per loro. Ma non è così; la realtà è che fare ospitalità e dirigere un albergo non è semplice e gli errori fatti oggi per la presunzione del "tanto lo so fare anche io" e "faccio come mi pare", nel tempo si pagano a caro prezzo e soprattutto ne risente poi tutto il settore alberghiero e il comparto turistico.

Dunque, Ministro, diciamo che c'è tanto da fare ma chi ci crede è pronto ad accettare le sfide di rinnovamento, ristrutturazione e rilancio del comparto. Buon lavoro.

Per i tuoi commenti cerca il codice 56542 su www.italiaatavola.net

Ernesto Molteni
Presidente ABI Professional

Non di soli cocktail è fatto il lavoro del barman

La figura del barman oggi è sempre più complessa e specializzata. Una volta il barman era il "signore", il maggiordomo del bar, che con la sua esperienza e le sue conoscenze accoglieva e intratteneva con classe la clientela. Oggi abbiamo il bartender esperto nel latte art e nella caffetteria, il flair bartender che con i suoi show lavora nei locali disco, il mixologist con barba e costumi vintage che con maestria propone i drink con ingredienti originali utilizzando attrezzature e tecniche innovative e infine tanti piccoli bartender gestori di locali che cercano di proporre specialità più originali.

Le associazioni professionali devono cercare di capire le esigenze di tutte queste categorie per diffondere il concetto di qualità e crescita lavorativa. Senza dimenticare però che la scuola classica - un concentrato di conoscenze costruito in oltre 200 anni di esperienze e storia - insegna che la figura del barman professionista deve incentrarsi innanzitutto sul valore umano della persona.

Il barman professionista deve essere onesto, umile, di buonumore e sorridente, deve avere un'ottima conoscenza delle lingue straniere, deve essere comunicativo e anche un po' psicologo, con una buona dimestichezza nell'accogliere e servire la clientela. Deve avere anche una buona conoscenza merceologica di tutti gli ingredienti e delle attrezzature e sapersi adattare al tipo di locale e agli usi e costumi dei diversi consumatori.

Oggi c'è la tendenza, soprattutto nelle nuove generazioni, ad imparare tutto in fretta grazie ai corsi, per mezzo di internet e dei social, ad inventarsi barman mixologist in un paio d'anni, lavorando magari in qualche locale alla moda, dimenticando però il valore più importante: il cliente è il vero protagonista, il nostro dovere è fare in modo che lui si senta tale.

> I barman sono talmente impegnati a realizzare drink di tendenza da dimenticare un dettaglio fondamentale: il cliente deve essere protagonista, bisogna lavorare sull'accoglienza, proprio come insegnano le associazioni

Per raggiungere la professionalità ci vuole tempo e pazienza, anni di lavoro e magari la fortuna di incontrare dei maestri non solo di cocktail, ma anche di vita. Non è facile stare a parlare per ore con i clienti, capire e seguire le loro esigenze, comunicare loro in lingua straniera o accontentare tutte le loro richieste. Chi riesce a fare tutto questo può definirsi davvero un professionista. È più facile diventare tale nel momento in cui ci si confronta con altri professionisti, più bravi o anche meno preparati, esperti o meno: lo scopo è allargare i propri orizzonti, perché da tutti c'è sempre qualcosa da imparare. L'Associazione di categoria, con la sua scuola classica, esiste proprio per questo.

Per i tuoi commenti cerca il codice 56473 su www.italiaatavola.net

Massimo Bottura di nuovo in vetta

Dopo l'incoronazione avvenuta nell'edizione di due anni fa, **Massimo Bottura con la sua Osteria Francescana** di Modena **torna ad occupare la prima posizione** della classifica **The World's 50 Best Restaurants**. Nelle prime 50 posizioni altri 3 italiani: **Enrico Crippa (16°)**, **Massimiliano Alajmo (23°)** e **Niko Romito (36°)**

Bottura ha guadagnato il palco del palazzo dei congressi Euskalduna Jauregia di Bilbao, in Spagna, tenendo per mano la moglie Lara Gilmore, colonna portante del successo di un grande progetto che va ben oltre le quattro mura del tristellato ristorante modenese, premiato proprio nell'anno dedicato al cibo italiano nel mondo. Emozionato ma carismatico come sempre, Massimo Bottura, che lo scorso anno era arrivato 2° dopo l'Eleven Madison Park di New York (quest'anno retrocesso invece al 4° posto), ha rivolto un chiaro invito ai colleghi in platea, affermando che «gli chef nel 2018 hanno a disposizione una gran voce per dimostrare il cambiamento. Siamo tutti parte della stessa rivoluzione e tutti insieme possiamo essere parte del cambiamento».

Oltre al primo posto tricolore, l'Italia può vantare quest'anno (così come nel 2017) altri 3 ristoranti fra i primi 50: Piazza Duomo ad Alba (Cn) al 16° posto, che scende di una posizione rispetto al 2017; Le Calandre a Rubano (Pd) al 23° posto (era 29° nel 2017); il Reale a Castel di Sangro (Aq) al 36° (era 43° nel 2017). Bottura, Crippa, Alajmo e Romito sono tutti membri di Euro-Toques Italia. Il presidente Enrico Derflingher, il consiglio direttivo e tutta Euro-Toques, orgogliosi di annoverare tra i loro associati questi grandi quattro chef che permettono di dare anche visibilità e lustro all'associazione, e tra i partner S.Pellegrino, si congratulano con Massimo Bottura per il prestigioso traguardo raggiunto.

Nella seconda metà della classifica (posizioni dalla 51 alla 100), invece, non compare più il Combal.Zero di Davide Scabin (lo scorso anno 59°). L'unico italiano presente è Umberto Bombana con il suo 8½ Otto e Mezzo Bombana di Hong Kong, al 93° posto (60° nel 2017). E proprio a Bombana, anche lui membro di Euro-Toques, lo scorso 7 aprile Italia a Tavola ha consegnato un premio speciale, l'Award per l'enogastronomia e la ristorazione, con la motivazione: "per la più alta testimonianza all'estero della Cucina italiana". La premiazione è avvenuta a Bergamo in occasione del "Premio Italia a Tavola". Lo stesso premio nel 2015 era stato consegnato a Massimo Bottura con la motivazione: "per il contributo determinante alla Cucina italiana come cultura".

cod 56266

La cucina italiana vince Grazie Bottura

di *Alberto Lupini*

Insuccesso su tutta la linea al Bocuse d'or (nonostante un team di fatto alla "francese"). Nuova affermazione di Massimo Bottura come migliore cuoco al mondo con un'impostazione assolutamente italiana. Nel giro di pochi giorni la nostra Cucina è stata nella polvere e sugli altari, quasi a confermare la tendenza generale dell'Italia. Il paragone fra i soggetti in campo potrebbe essere scorretto, ma sta di fatto che l'unica conclusione che si potrebbe trarre è che non c'è coerenza fra due appuntamenti che, bene o male, segnano oggi i traguardi più ambiti di chi sta dietro i fornelli.

Già abbiamo sottolineato che rispetto al concorso internazionale "made in France" dobbiamo decidere come sistema Italia se partecipare con più decisione e forza (sapendo che sarà quasi impossibile superare uno sbarramento europeo dove la maggioranza dei giurati sono nordici, come i cuochi saliti sul podio...), oppure impegnarci in un nuovo concorso aperto al mondo da tenere in Italia, basato su altre regole e altri obiettivi.

E cosa mettere al centro di una nuova competizione ha molto a che fare con le ragioni per cui l'Osteria Francescana è il miglior ristorante al mondo. Indubbiamente perché Massimo Bottura è bravo: la seconda vittoria al World's 50 Best Restaurants ne conferma il ruolo di re della Cucina italiana (anche se lui preferirebbe essere magari chiamato "primus inter pares"). Ma non è certo secondario il fatto che in questo locale si mangiano piatti italiani, elaborati e contemporanei, ma che non rinunciano anche nei nomi a rivendicare tradizione e territorio. Quella che l'Italia sa oggi proporre al mondo è una Cucina che si mangia, rispetto ad una Cucina che si guarda (i trofei e i vassoi del Bocuse d'or sono bloccati nel tempo che fu). La nostra è una Cucina buona che valorizza le materie prime di qualità e non solo la tecnica di lavorazione. E in questo Massimo Bottura può a tutti gli effetti essere il "campione" del sistema Italia.

Contemporaneità e tradizione, territorio e materie prime, gusto e salute. Sono questi gli ingredienti che vengono utilizzati alla grande dai cuochi italiani e sui quali si deve lavorare rifuggendo dalle contaminazioni che negli ultimi anni hanno rischiato di fare uscire dai binari una proposta a tavola che è apprezzata in tutto il mondo. Salubrità, piacevolezza e territorio possono essere oggi le basi su cui chiamare a confronto le Cucine di tutto il mondo uscendo da schemi e riferimenti legati ad una grandeur che ha fatto il suo tempo.

Certo la Cucina classica ha un valore fondamentale. Senza quelle basi non si va da nessuna parte, ma la creatività e la professionalità non si misurano su una scultura di cibo immangiabile (per quelle si possono fare dei concorsi a parte, giusto per ricevimenti o esposizioni...). I cuochi che sono diventati punto di riferimento per tanta opinione pubblica, che sono entrati nella nostra vita quotidiana con tanti (troppi) format televisivi, dovrebbero essere giudicati nei concorsi dal piacere che sanno garantire coi loro piatti.

Rinunciando magari a un po' di estetica ed evitando di perdere tempo nel tentare di essere paragonati per un giorno (tanto dura un'installazione fatta in Cucina) a qualche designer o scultore. cod 56315

50 Best Restaurants, si festeggia con le bollicine Ferrari

Massimo Bottura ha brindato al suo ritorno sul gradino più alto della classifica **The World's 50 Best Restaurants**. Il **premio speciale Ferrari Trento Art of Hospitality Award** è andato al **Geranium di Copenhagen**

Un brindisi tutto italiano per il ritorno nel nostro Paese dello "scettro" di miglior ristorante al mondo secondo The World's 50 Best Restaurants, che dopo due anni ripassa nelle mani di Massimo Bottura. Come già a New York nel 2016, Bottura ha festeggiato con Ferrari alla cerimonia di premiazione insieme ai tanti amici chef e alla delegazione del nostro Paese giunta a Bilbao per l'evento. Un grande orgoglio italiano che conferma lo stretto rapporto che lega Ferrari alla grande ristorazione internazionale, che sempre più vede nelle bollicine il perfetto accompagnamento per le proprie creazioni.

Nel corso della cerimonia, a cui hanno partecipato mille fra le più influenti personalità dell'enogastronomia e vista in diretta streaming in tutto il mondo, è stato consegnato anche il Ferrari Trento Art of Hospitality Award, dedicato al ristorante che sa rendere l'esperienza memorabile per i propri ospiti grazie alla perfetta combinazione tra cibo eccellente, servizio, ambiente e accoglienza.

A trionfare è stato il Geranium di Copenhagen, 19° nella classifica generale, che unisce alla cucina creativa di Rasmus Kofoed l'innovativo approccio in sala di Søren Ledet, direttore e comproprietario. Proprio Søren Ledet era stato tra i relatori dell'appuntamento dedicato all'Arte dell'ospitalità che le Cantine Ferrari avevano organizzato all'interno di Identità Golose nel 2017.

La grande cucina aperta di Geranium è il palcoscenico che rende indimenticabile l'esperienza e abbatte il confine fra sala e cucina, rendendo l'ospite partecipe della creazione del piatto, spesso completato e proposto dai cuochi direttamente al tavolo. Il personale di sala è scelto fra varie nazionalità ed è quindi in grado di parlare molte lingue, al fine di mettere a proprio agio il cliente. Grande attenzione è inoltre dedicata al servizio del vino, come evidente dall'incredibile cantina che si attraversa all'entrata del ristorante. Ma in questo tempio della cucina nordica riuscire ad offrire un servizio all'altezza delle 3 stelle Michelin, mantenendo un ambiente rilassato, è forse il più importante aspetto che ha permesso a Geranium di vincere la terza edizione del Ferrari Trento Art of Hospitality Award. cod 56269

La Norvegia trionfa al Bocuse d'Or Europa

Alle **selezioni europee del Bocuse d'Or** tenutesi a Torino, la **Norvegia ha ottenuto la medaglia d'oro**. **Argento per la Svezia** e **bronzo per la Danimarca**. Una vittoria tutta nordica. **L'Italia**, che per la prima volta ha ospitato la finale europea, non è salita sul podio, ma **andrà comunque a Lione per la finale mondiale**

Torino è stata per due giorni la capitale della gastronomia grazie alle selezioni europee del Bocuse d'Or. Di fronte a 1.300 spettatori, 20 cuochi provenienti da tutta Europa si sono affrontati per 5 ore e 35 minuti con fierezza, impegno e concentrazione. L'obiettivo era ottenere un posto per la finale del noto concorso di gastronomia. Tra i cuochi, Christian André Pettersen della Norvegia è riuscito a convincere la giuria d'eccezione presieduta dai cuochi Jérôme Bocuse, Tamás Széll, Carlo Cracco ed Enrico Crippa, grazie a un'efficace creatività e alla capacità tecnica utilizzate per sublimare prodotti semplici, della tradizione piemontese e italiana. La Norvegia ha vinto la selezione europea per la seconda volta.

Insieme alle tre nazioni che hanno conquistato il podio, andranno alla finale mondiale di Lione a gennaio 2019 Finlandia, Francia, Belgio, Svizzera, Ungheria, Islanda e Regno Unito. Anche se è rimasta fuori dalle migliori 10, classificandosi al 12° posto, l'Italia andrà ugualmente alla finale mondiale del Bocuse d'Or. Il team composto dal cuoco Martino Ruggieri, dal commis Curtis Mulpas e dal coach Francois Poulain ha ottenuto dagli organizzatori una "wild card" che lo inserisce tra le finaliste del concorso.

I Paesi già qualificati alla finale mondiale sono: Argentina, Australia, Brasile, Belgio, Canada, Cile, Danimarca, Corea del Sud, Finlandia, Francia, Giappone, Islanda, Italia, Norvegia, Singapore, Stati Uniti, Svezia, Svizzera, Regno Unito, Thailandia e Ungheria. Ora l'appuntamento è per la selezione africana, prima della finale di Lione nel gennaio 2019.

«Siamo soddisfatti - dichiarano **Antonella Parigi**, assessore regionale alla Cultura e al Turismo, e **Giorgio Ferrero**, assessore regionale all'Agricoltura - della risposta positiva a queste selezioni europee del Bocuse d'Or. Una forte partecipazione resa possibile anche dai numerosi eventi del programma culturale Bocuse d'Or Off. Siamo orgogliosi di aver ospitato questo grande evento internazionale, che ha trasformato Torino e il Piemonte nella capitale europea del gusto e ha visto le nostre eccellenze enogastronomiche protagoniste della competizione». cod 56192

Ramsay & Friends al Forte Village Cucina gourmet, tavola solidale

di *Marco Di Giovanni*

Non si tratta solo di piatti, e nemmeno di grandi cuochi: la cucina che il pluristellato **Gordon Ramsay** ha proposto a otto mani al Forte Village di Santa Margherita di Pula (Ca) nasce sì dalla qualità, ma per fare del bene. Con lui in cucina lo stellato **Carlo Cracco** e i due stelle Michelin **Giuseppe Mancino** e **Massimiliano Mascia**. Già da solo, il contesto basta a far parlare della serata: il Forte Village Resort, punto di riferimento per l'ospitalità italiana in Sardegna. Padrone di casa per la serata, si capisce, il cuoco-imprenditore Gordon Ramsay. 23 ristoranti e 7 stelle Michelin, il successo raggiunto con format televisivi come MasterChef o Hell's Kitchen, un atteggiamento apparentemente aggressivo ma in realtà fresco per onestà, passione. Tra i suoi locali ne conta ben due in Italia, uno in Toscana e l'altro proprio qui, all'interno del Forte Village.

«Non sei mai stato in Sardegna?», mi ha domandato lo chef. In effetti, da buon italiano una tappa in Sardegna è imprescindibile, e il Forte Village per Gordon ne incarna tutta la bellezza. Proprio questa bellezza è stata la veduta che ha accompagnato la cena di beneficenza della sera del 19 giugno.

«È un piacere collaborare con il Forte Village - ha detto Giuseppe Mancino, bistellato de Il Piccolo Principe a Viareggio (Lu) - inoltre, essendo questo un evento benefico, sono ancora più felice di prendervi parte». La genuinità di Mancino fa compagnia alla voglia di fare squadra di Massimiliano Mascia, 2 stelle Michelin del ristorante San Domenico di Imola (Bo): «Oltre alla cucina, ad unirci sono la passione, l'impegno e il voler fare del bene». Perché unire la cucina con la beneficenza è un must per i grandi maestri, «è un'attività che facciamo spesso, in questo caso per Gordon, un carissimo amico», conferma Carlo Cracco. «Ringrazio tutti quanti - ha detto Gordon - per aver preso parte a questa cena, perché è fatta per fare del bene». Scherza poi Ramsay, ironizza un po', fa battute, ma non nasconde quella felicità che è amore per ciò che si fa e per l'aiuto che con il proprio mestiere si può dare agli altri.

È lui a cominciare la serata, con un Tonno crudo, cetrioli, sedano, ricotta

mustia e bottarga, un piatto fresco e genuino, un ottimo incipit a cui fa seguito il Riso mantecato all'olio extravergine con crema di piselli, spugnole e sugo d'arrosto di Massimiliano "Max" Mascia. Un viaggio nell'"entroterra", che dura poco però, giusto il tempo per tornare in acqua, con il Morone, purea di zucchine, fiore di zucca farcito e melassa di peperone di Carlo Cracco, leggero, con un bel gioco tra abbinamenti e consistenze. A chiudere un Cremoso di pinoli, plumcake al rosmarino e rabarbaro condito, dessert superlativo di Giuseppe Mancino, secondo la tendenza di portare gusti nuovi, meno "dolci", a fine pasto.

Un applauso chiude la serata, i cuochi escono, salutano e passano tra i tavoli. Poi un mirto, com'è di dovere, e uno sguardo al mare per rendersi conto, infine, che investendo nella cucina per il bene degli altri, si fa del bene anche a se stessi. È questo lo scopo che Ramsay & Co volevano raccontare ed ottenere: una cucina che facesse star bene e che ricavasse dalla serata un fondo in questo caso destinato alla Gordon e Tana Ramsay Foundation, che da anni supporta il Great Ormond Street Hospital di Londra. cod 56289

Gordon Ramsay, "fottutamente cuoco" L'esperienza più bella è il *journey back*

Solare come in tv, non rude e aggressivo ma energico e appassionato: il giudice Masterchef per eccellenza si racconta, dal primo amore per la cucina a quell'esperienza straordinaria che è per lui il journey back, quel momento in cui «commetti i tuoi errori, ma riparti da lì senza mandarli in tavola», come se fossero piatti.

Gordon, partiamo dall'inizio. Riesci a ricercare il momento preciso in cui hai sentito la passione per la cucina crescerti dentro?

Avevo 22 anni, era la mia prima settimana a Parigi. Dopo sei giorni ininterrotti in cucina, di domenica, decisi di andare in uno dei mercati più belli della città, nel 17° arrondissement. Lì rimasi folgorato, ingredienti ottimi, tanto buoni quanto lo erano quelli che proponevamo nel nostro ristorante. Ho pensato "Wow, e questo è cibo di strada?".

E da lì?

Tutto è cominciato da lì. Per tre anni ho lavorato ininterrottamente, non tornavo mai a casa, non avevo soldi per permettermi un volo. Così mi immersi completamente nella Francia gastronomica, cominciai a passare da un ristorante all'altro, partire dal fondo per arrivare in alto. È incredibile quanto apprendi di più stando al seguito di qualcuno piuttosto che al top.

Qual è una cosa che ami della Cucina italiana?

La semplicità dei piatti, la qualità degli ingredienti, ma soprattutto la tendenza a non sprecare mai nulla.

E una che odi?

Com'è possibile che noi Britannici non siamo in grado di realizzare una Ferrari? Sono stato a Maranello, un'esperienza incredibile. E ancora mi chiedo, perché voi si e noi no?

C'è un piatto o un cibo in giro per il mondo che non assaggeresti mai?

Assolutamente no. Io sono l'uomo con le palle più grosse al mondo! Scherzi a parte, uno chef deve assaggiare tutto, perché se non sai assaggiare non puoi cucinare. È dagli assaggi che nascono piatti, gusti e abbinamenti. Ecco perché io ai miei cuochi insegno prima ad assaggiare, chi non lo fa cucina come un robot.

Cosa dici a te stesso quando sei in difficoltà e pensi di non farcela più?

Mi fermo, faccio un respiro e penso agli errori che ho fatto, quelli che mi hanno reso la persona che sono. Tutti facciamo degli errori ma, dal punto di vista di uno chef, l'importante è non mandarli fuori su un piatto, mi spiego? Facciamo errori ma non li mandiamo in tavola, ci guardiamo indietro piuttosto: ecco, questa è l'esperienza più straordinaria, ogni volta. Il journey back, il mio viaggio indietro, capace di mostrarti non solo dove hai sbagliato ma anche che tipo di persona sei.

Tanti ti considerano rude e aggressivo nel tuo lavoro...

Se decidi di arrivare al top, c'è un prezzo da pagare, ci sono sacrifici da fare e non c'è alcun libretto di istruzioni. Quando io sembro rude, in realtà dico solo la verità. Se poi qualcuno vuole giudicare, lo faccia ma parlando dei miei piatti, non di quello che dico.

cod 56582

Chef "sostenibili"

Al via il progetto didattico Share a Meal

Parte il **tour negli istituti alberghieri d'Italia**, **promosso da Knorr e Unilever Food Solutions** in collaborazione con **Ballarini**, per la **valorizzazione delle verdure e la lotta allo spreco alimentare**

Creatività, consapevolezza del valore del cibo, responsabilità sociale: sono questi gli ingredienti del progetto didattico "Share a Meal - Il sapore che unisce" che coinvolgerà gli studenti di oltre 100 istituti alberghieri, da nord a sud d'Italia, nell'arco dell'anno scolastico 2018/2019. L'iniziativa è promossa da Unilever Food Solutions, Knorr e Ballarini, con la partecipazione di Lisa Casali, volto nazionale della cucina antispreco.

"Share a Meal - Il sapore che unisce" è un progetto educativo focalizzato su una cucina antispreco e sul riciclo creativo delle verdure, ad oggi l'ingrediente principale di scarto nel contesto domestico e nelle mense scolastiche. Il progetto coinvolgerà gli istituti professionali - servizi per l'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera - e le scuole primarie, con l'obiettivo di educare i futuri chef e i futuri consumatori a ridurre lo spreco alimentare in casa e nel Fuori-casa, i primi due ambiti in cui avviene la maggior parte dello spreco in Italia, che oggi equivale a circa l'1% di Pil.

Istituti pilota del progetto sono stati l'Ipseoa Giolitti di Torino e l'Istituto Polispecialistico San Paolo di Sorrento, in cui si sono tenuti gli incontri a fine maggio. Ora il progetto proseguirà in 100 istituti alberghieri. Nella giornata gli studenti si sono confrontati con lezioni teorico-pratiche sulla cucina antispreco, tenute dalla docente d'eccezione Lisa Casali, esperta di sostenibilità e di eco-cucina e "madrina" del progetto, dagli chef di Knorr e Unilever Food Solutions e dagli esperti di Ballarini. A seguire hanno messo in pratica quanto appreso con una sfida alla "masterchef", in cui i giudici sono stati sia gli chef e i membri del marketing team di Unilever Food Solutions e Knorr, che i bambini della scuola primaria della città, coinvolti per testare le ricette sostenibili e "a prova" di gusto dei più piccoli, tradizionalmente poco amanti delle verdure.

«Il progetto Share a Meal ci entusiasma», dichiara **Claudia Trazza**, managing director Unilever Food Solutions Italia e Grecia. «Unilever Food Solutions crede nella formazione e nell'aggiornamento continuo come fattore chiave per una crescita positiva dell'individuo e del professionista. Per questo da anni i nostri chef organizzano con la Federazione Italiana Cuochi e con altri partner della ristorazione corsi gratuiti di formazione per i cuochi di oggi. Con Share a Meal ci rivolgiamo alle nuove generazioni, ai cuochi di domani, mostrando loro come sia possibile cucinare responsabilmente e con la speranza crescano promuovendo la lotta contro lo spreco e un approccio sostenibile alla professione». cod 56162

Board europeo Jre Daniel Canzian eletto nel direttivo

Daniel Canzian è stato eletto nuovo membro del Board europeo dell'associazione Jeunes Restaurateurs. Un importante riconoscimento per il cuoco di Conegliano Veneto (Tv), ma anche per tutto il movimento italiano. Canzian, dal 2013 patron del ristorante milanese che porta il suo nome, socio Jre Italia da poco più di un anno e membro Euro-Toques, entra nel direttivo europeo insieme all'olandese Rik Jansma, eletti entrambi dopo una votazione elettronica che ha impegnato i vertici di tutti i Paesi membri. «È un onore e un piacere entrare a far parte del Board europeo - ha dichiarato - prima di tutto perché l'associazione crede e mette in pratica una filosofia che è anche mia, e cioè che una squadra ottiene risultati migliori del singolo. Poi perché è importante che il nostro paese, così bello e vario, abbia una rappresentanza in Europa perché a volte ci dimentichiamo dei nostri valori».
Dopo la lunga esperienza accanto a Marchesi e l'apertura della sua attività oltre quattro anni fa, questa è la prima occasione in cui Canzian, ormai imprenditore maturo, si mette al servizio di tutti i colleghi e professionisti del settore, per supportare con la sua esperienza e determinazione i cuochi, la loro creatività e le attività che possono far crescere la professione in termini di qualità, umanità e collaborazione. cod 56418

Fulvio Pierangelini contesta il food design

Il messaggio è chiaro e senza equivoci: i cuochi si sono fatti prendere la mano dall'estetica dimenticando il valore del gusto. L'allarme lo ha lanciato **Fulvio Pierangelini**, tra i più innovativi maestri di cucina italiani. La presa di posizione a chiusura del Master di cucina dei fratelli Massimiliano e Raffaele Alajmo a Creazzo (Vi). Se c'era bisogno di un intervento autorevole, ora c'è stato: in Cucina oggi l'estetica ha preso il sopravvento e quando l'immagine diventa prioritaria, allora scatta l'omologazione. È il grido d'allarme lanciato da Fulvio Pierangelini, cuoco famoso per le innovazioni culinarie nel suo ristorante, il Gambero Rosso di San Vincenzo (Livorno), chiuso dieci anni fa, e oggi chef consultant.

L'affermazione, che mira a riportare un po' di rigore e buon senso in Cucina, è stata fatta in occasione della *Lectio magistralis* intitolata "Oltre l'immagine", tenuta a Creazzo alla conclusione de "Il Master della Cucina Italiana 2018" ideato dal Centro Formazione Esac in collaborazione con lo chef tre stelle Michelin Massimiliano Alajmo e il ceo di Alajmo Spa, Raffaele Alajmo, che, durante i cinque mesi di lezioni, hanno portato in classe come docenti 23 chef per un totale di 30 stelle Michelin.

Pierangelini, il "solista della Cucina italiana", come è stato definito, agli allievi del Master ha fra l'altro detto: «Dovete prima di tutto emozionare ed emozionarvi con il gusto, non con la vista». Non sono mancate nemmeno le parole di augurio per il futuro di questi giovani: «Vi auguro di non perdere l'inquietudine; studiate sempre, stupite i vostri ospiti con la semplicità, sorprendeteli sublimando il quotidiano».

Quello di Pierangelini è stato anche un invito a prendere coscienza del ruolo del cuoco nella società: «La Cucina è un atto sociale, con le nostre scelte possiamo influenzare anche le scelte del pianeta: ricordiamoci che il cuoco è l'ultimo baluardo contro l'omologazione del gusto. La Cucina è l'unica arte minore che stimola tutti i sensi e che entra fisicamente nelle persone». cod 56262

SOTTO LA TOQUE: FOLLE, ALTRUISTA, ESTETA

Abbiamo sollevato il cappello a Nikita Sergeev

di Carla Latini

Nikita nasce nel 1989 in una Mosca con tavole ancora scarne, ma la madre Ekaterina e la nonna Tamara gli trasmettono la memoria e l'amore per i sapori russi. Un viaggio in Italia lo convince a rimanere sui banchi di Alma, con professori del calibro di Luciano Tona, Andrea Grignaffini, Silvio Salmoiraghi, Paolo Lopriore e un rettore inimitabile, il Maestro Marchesi. Dopo un breve periodo al Tramezzo di Parma trova un locale a Porto San Giorgio (Fm). Un posto elegante e raccolto con pochi coperti. La mamma Ekaterina è parte attiva del progetto. La cucina di Niki è un mix ben riuscito di tecnica, tradizione, pulizia e spiccato senso estetico. Il risultato è un piacevole pluristilismo, che tiene desta la partecipazione gustativa dell'ospite.

«Adoro l'affumicatura, mi dà una sensazione di comfort e di casa - dice - e le cotture espresse che stanno ridimensionando il sottovuoto, la brace e la griglia, entreranno presto nella mia cucina». Sarà il primo Cappello dell'Espresso a sancire il suo ingresso nel gotha dell'alta ristorazione italiana. E nel 2018 i Cappelli sono 2.

Materie prime di controllata qualità, soprattutto pesce, ortaggi della val d'Aso, cacciagione e frattaglie, compongono i vari menu: "Libera ispirazione" varia giorno per giorno; "Percorso Nikita" conta 13 portate fisse e stagionali; dallo scorso anno ha introdotto il Pranzo della domenica. Sarà Ekaterina ad aiutarvi a scegliere, anche à la carte, consigliandovi il vino da abbinare. cod 56446

Da bambina cosa sognavi di diventare?	Tutt'altro che un cuoco. Ma ho sempre voluto aiutare la gente. Adesso la aiuto: la faccio divertire e stare bene al tavolo
Il primo sapore che ti ricordi.	Ribes nero, amarena, porridge di mia nonna
Qual è il senso più importante?	Il retrolfatto
Il piatto più difficile che tu abbia mai realizzato.	Qualsiasi piatto che dovrà mangiare un bambino
Come hai speso il primo stipendio?	Tutti i miei ricavi li investo in crescita personale e nella mia attività
Quali sono i piatti da provare assolutamente?	La prima secca di Mauro Uliassi; Misticanza alcolica di Niko Romito e il mio Risotto ai sentori di mare
Cosa non manca mai nel frigo di casa tua?	Una buona bottiglia di champagne
Qual è il tuo cibo consolatorio?	Insalata di cetrioli sbattuti e carne bollita
Che rapporto hai con le tecnologie?	Penso che sia indispensabile aggiornarsi
All'Inferno ti obbligano a mangiare sempre un piatto: quale?	Spero non saranno gli insetti
Chi inviteresti alla cena dei tuoi sogni?	Tutti quelli che non credono in me
Quale quadro o artista rappresenta meglio la tua cucina?	I quadri di Malevich
Se la tua cucina fosse una canzone quale sarebbe?	Sarebbe in linea con il solfeggio. Non stonata... ma mai piaciona.

Traguardo da 10mila presenze per Gourmet Expoforum 2018

È senza dubbio positivo il bilancio di Gourmet Expoforum 2018, il salone biennale riservato agli operatori professionali organizzato nel Padiglione 3 del Lingotto Fiere di Torino dal 10 al 12 giugno scorsi. Tre giorni all'insegna del confronto fra professionisti del settore, una panoramica a tutto tondo sul mondo Horeca e Food & Beverage, occasione di business, di confronto con le novità del mercato proposte dai 220 espositori, nonché di aggiornamento e formazione con gli 80 appuntamenti in calendario. Una terza edizione caratterizzata dall'ospitalità data, nel palazzetto Oval del quartiere fieristico, alle concomitanti finali europee del Bocuse d'or, la più importante competizione internazionale di alta cucina, e alle selezioni continentali della Coppa del mondo di pasticceria, grazie a cui gli stand sono stati animati da un pubblico internazionale, oltre che dai visitatori del territorio.

Circa 10mila le presenze complessive registrate da domenica a martedì negli spazi del Lingotto Fiere, dove sono confluiti titolari e dipendenti di ristoranti, enoteche, bar, pizzerie, gelaterie, ma anche sommelier, distributori e rivenditori, tecnici, architetti, studenti, ecc., attratti dalla possibilità di esplorare ambiti merceologici differenti grazie alla presenza sia di tecnologie, macchinari, attrezzature, arredi e servizi, sia di prodotti per la ristorazione, bevande, vino, liquori, caffè, tè e infusi, pasticceria e gelateria.

Gourmet Expoforum, alla cui progettazione ha contribuito lo staff del Sirha Lyon, il salone internazionale di riferimento per la ristorazione organizzato anch'esso da GL events - titolare del format Bocuse d'or e del polo fieristico torinese - si è quindi confermato quale concreta opportunità di relazione tra fornitori e operatori, in virtù del collaudato modello che affianca alla tradizionale area espositiva il palinsesto di incontri di approfondimento tematico.

Sessioni quest'anno affidate a un'importante squadra di partner, con i programmi curati da Accademia Bocuse d'or Italia, Metro Italia, Slow Food, Associazione Pièce, con l'area caffè di Sca Italy e quella del tè di Protea Academy, oltre agli spazi delle associazioni di categoria Fipe e Afidamp, dei barman Fib, e delle rappresentanze di Onav, Fic e Cna, nonché l'ampio e vivace stand della delegazione della Federazione Russa. cod 56427

Sono passati pochi mesi dalla scomparsa del **Maestro** e il vuoto da lui lasciato è sempre più grande. La **Commanderie Des Cordons Bleus** di cui faceva parte "honoris causa" **gli ha dedicato una speciale "due giorni" a Milano**

OSSERVATORIO CORDONS BLEUS

Omaggio a Gualtiero Marchesi

L'evento era diviso in due giornate. Durante la prima si è svolto il Convegno con tema "Gualtiero Marchesi, autore della grande svolta della Cucina italiana, la sua storia e l'influenza sulla cucina di qualità per il futuro". Luogo del convegno, la Sala degli affreschi del prestigioso Palazzo Isimbardi. All'inizio dei lavori, la vicesindaca della città metropolitana di Milano, Arianna Censi, ha tenuto un intervento sul legame tra alimentazione e cultura e sulla necessità di concreta sinergia fra le attività dell'associazione e le iniziative della città metropolitana.

Per parlare del Maestro, due "narratori": chi scrive, suo grande amico ed estimatore da quarant'anni, e Davide Oldani, uno degli allievi più significativi e, da molti anni, a sua volta protagonista del palcoscenico della grande cucina. Il mio racconto era articolato su due binari essenziali: il rapporto personale, dal primo incontro, con la scoperta della personalità davvero speciale di Gualtiero, la sua cultura, la passione per le arti e l'inevitabile "colpo di fulmine" per la sua innovativa ed esclusiva concezione della cucina essenziale; il rapporto professionale e di collaborazione, la nascita di Altopalato e la creazione di un esclusivo "palcoscenico" sul quale si sono cimentati quasi tutti i fuoriclasse della cucina, italiani e stranieri.

Nell'intervallo, un piacevole e imprevisto intervento "di gola", con un eccellente "tutto gelati", offerto dal commandeur Valentino Bizzo con suo fratello Massimo che, con il figlio Gigi, conduce Casa Milani, locale di successo a Milano.

Per il secondo intervento, è giunto Davide Oldani che ha raccontato, applauditissimo, della sua lunga esperienza professionale nella celebre "cucina-laboratorio" di via Bonvesin de la Riva, una specie di "bottega rinascimentale" dove si alternavano grandi talenti tra i quali lo stesso Oldani che, in una bella sintesi, ha messo in luce le caratteristiche del "Metodo Marchesi".

Al termine, tutti al Principe di Savoia, più precisamente al Ristorante Acanto, addobbato in modo perfetto per la serata di gala, con una tavola alla quale Gualtiero sarebbe stato onorato di partecipare. Una prestazione "a quattro mani" tra il bravo ed emergente chef di casa nonché membro Euro-Toques, Alessandro Buffolino, e Daniel Canzian, anche lui membro dell'associazione e ultimo tra i discepoli amati da Gualtiero, ora titolare dell'omonimo Ristorante Daniel in zona Brera.

di Toni Sàrcina
presidente Commanderie des Cordons Bleus Italia

Il menu, estratto dai piatti classici di Gualtiero e perfettamente realizzato dai due "campioni" ha visto susseguirsi in tavola Astice e melone; Riso nero e calamaretti; Tournedos "Rossini" secondo Marchesi; Coppa di frutti rossi in gelatina di Moscato. Per i vini da accostare, oltre all'aperitivo, con Trentodoc Maximum Brut Ferrari è stato scelto un celebre produttore, mecenate per grandi talenti, anch'egli vero amico di Gualtiero da sempre, che ha proposto, in sequenza, Langhe Arneis "Blangé" 2017 Magnum, Barolo Ceretto 2014 Docg e Moscato d'Asti 2017 Vignaioli di S.Stefano. Eccellente il servizio di sala. Nel prossimo numero, la seconda giornata, con Carlo Cracco protagonista. cod 56480

IL COMMENTO

di Roberto Vitali

"Doggy bag" e "Byob" Ristorazione al passo con i tempi

Il fenomeno "Doggy bag" sta prendendo piede anche nei ristoranti italiani; il "Byob" invece è quasi ovunque ignorato, tranne qualche sporadico caso. La Doggy bag è usanza americana arrivata in Italia, ma - nonostante la promozione fatta da cooperative per il riutilizzo di carta e cartone - non viene attuata molto frequentemente. L'occasione è quando il cliente, evidentemente sazio, lascia nel piatto l'intera o parte di una portata, magari anche costosa. A quel punto perché non suggerire di impacchettare e portare a casa per il consumo in altro momento?
Byob, registrato per la prima volta negli anni Cinquanta, è un acronimo di origine inglese: "Bring your own bottles", "porta le tue bottiglie". Ho trovato questo invito sul menu della Trattoria Da Norberto, nell'hinterland di Bergamo, ad Albegno di Treviolo. Succede a tanti appassionati del nettare di Bacco di avere in cantina bottiglie pregiate, "scoperte" dal proprio fiuto o pagate a caro prezzo. Volerle degustare al ristorante, in abbinamento ai piatti dello chef di fiducia, con gli amici, può essere una buona idea. La pratica del Byob lo consente. Da Norberto è scritto chiaramente in menu: "Porta la bottiglia di vino da casa. Pratichiamo il Byob. Chiediamo 1 euro a commensale per diritto di tappo e servizio". Non dico che l'esempio debba essere seguito da tutti, ma il principio mi piace e, se qualche ristoratore ignorava questa possibilità, adesso lo sa. cod 56460

GASTROSOFIA

Sono finiti i bei tempi della ristorazione

Quante volte, cari lettori, avete sentito pronunciare da qualche ristoratore, chef o cameriere la frase "Sono finiti i bei tempi della ristorazione"?. Giorni fa nel rimettere in ordine le mie scartoffie, i miei appunti e articoli vari, ho trovato un inserto di *Affari e Finanza* de la Repubblica del 14 ottobre 1996 che così recita: «Meno clienti, concorrenza sempre più agguerrita, pressione fiscale sempre più forte. A sentire chi lavora nella ristorazione le prospettive non sono tra le più favorevoli...».

Credetemi, sono rimasto molto sorpreso. L'articolo poi proseguiva dando consigli ai ristoratori evidenziando il successo delle pizzerie e delle nuove formule di fast food. Certo, con gli occhi di oggi il 1996 sembra la preistoria, non esistevano i social network, non esistevano i food blogger, non esistevano gli chef televisivi e le riviste di settore erano veramente poche.

Purtroppo qui sta il problema: le lamentele dei moderni ristoratori sono vere? O forse oggi il mercato, avendo più sfaccettature e ampiezza, ha spiazzato le vecchie mentalità che quindi sono costrette a rifugiarsi in vecchi stereotipi e luoghi comuni dove il ladro è sempre lo Stato, la rovina è sempre l'affitto e la capitolazione dell'attività è dovuta al costo del lavoro?

di Guerrino Di Benedetto

La storia, anche quella economica, dovrebbe insegnare a noi che abbiamo la memoria corta cosa eravamo, anche per quanto riguarda la ristorazione. Tendenzialmente non sono portato a credere a tutto ciò che sento dagli amici ristoratori, ma a credere solo dopo che ho verificato.

Abbandoniamo stereotipi e luoghi comuni: forse quando si vede il mondo del lavoro e dell'economia solo dal punto di vista personale, delle proprie idee e dei propri interessi, si può essere tratti in inganno, ma se ci si confronta ci si unisce, si fanno delle analisi tali per cui le nostre prospettive, anche quelle ristorative, possono cambiare, talvolta in meglio. Del resto, come diceva un amico rabbino, «chi non ha memoria, muore due volte». cod 56475

Academy con 25 nomi di prestigio per gli Oscar della pizza

Sono già 200 le pizze in gara per il contest #PizzAward, non solo dall'Italia ma anche dai tantissimi pizzaioli stranieri o italiani all'estero. Con la terza edizione, il contest internazionale della pizza più amato e seguito del web, organizzato da MySocialRecipe (**www.mysocialrecipe.com**) e con Italia a Tavola come media partner, introduce una novità assoluta. Nasce infatti la prima Academy, una commissione costituita da un panel di esperti del settore, che attraverso un sistema di votazione anonima determinerà delle nomination dalle quali si assegneranno i tre Oscar per il "Pizzaiolo protagonista dell'anno", l'Oscar alla "Pizzeria novità dell'anno" e l'Oscar alla carriera.

I 25 prestigiosi componenti dell'Academy sono: Sabino Berardino, medico e influencer; Cinzia Calabrese, nutrizionista e appassionata di pizza napoletana; Valerio Calabrese, direttore EcoMuseo della dieta Mediterranea di Pioppi; Fabrizio Carrera, direttore Cronache di Gusto; Giuseppe Cerasa, direttore La Repubblica; Angelo Cerulo, direttore Ansa Campania; Eleonora Cozzella, Repubblica Sapori; Luigi Cremona, Touring club; Giuseppe Daddio, chef Scuola Dolce e Salato; Antonella De Santis, Gambero Rosso; Tommaso Farina, Libero; Luigi Franchi, direttore Sala&Cucina; Lorenza Fumelli, Agrodolce; Bruno Gambacorta, Rai Tg2-Eat Parade; Piergiorgio Giorilli, Maestro lievitati; Alberto Lupini, direttore Italia a Tavola; Paolo Marchi, Identità Golose; Tania Mauri, Pizzaontheroad; Carlo Ottaviano, Il Messaggero; Antonello Perillo, direttore Tg Rai Napoli; Luciano Pignataro, Il Mattino; Mattia Poggi, direttore Alice Tv; Fabiola Quaranta, influencer; Alessandro Scorsone, Ais; Luciana Squadrilli, Pizzaontheroad.

Le terne finaliste saranno presentate a Roma l'11 settembre e il 16 ottobre sarà rivelato il vincitore di ciascuna delle tre categorie. Questi riconoscimenti si vanno ad aggiungere a quelli assegnati dalla giuria presieduta da Anna Scafuri (giornalista Rai) e composta da Giorgio Calabrese (medico nutrizionista), Antonio Puzzi (antropologo dell'alimentazione), Patrizio Roversi (conduttore tv "Linea Verde"), Antonio Scuteri (responsabile di Repubblica Sapori) e Scott Wiener (foodblogger americano), coordinata da Tommaso Esposito (medico e giornalista enogastronomico).

C'è tempo fino a martedì 7 agosto 2018 per partecipare e registrare gratuitamente sul sito MySocialRecipe.com le proprie ricette di "pizze d'autore" provando ad aggiudicarsi il #PizzAward 2018 e i premi Pizzaiolo Chef, Migliore Pizza dall'estero, Migliore Pizza Healthy, Migliore Pizza Senza Glutine e Migliore Pizza in Rosa. Tra i 10 finalisti sarà nominato il vincitore del #PizzAward 2018, che sarà annunciato durante il gran galà della "Notte degli Oscar della Pizza", il 16 ottobre a Napoli. cod 56386

Festa a Vico, l'evento gastronomico "diffuso" ideato dallo chef **Gennarino Esposito** del Ristorante Torre del Saracino, di cui è pastry chef il **Maestro AMPI Carmine Di Donna**, si è svolto con successo a **Vico Equense** (Na)

"Festa a Vico" con i Maestri AMPI Quando la solidarietà è... dolce

La 15ª edizione della festa enogastronomica sorrentina (dal 3 al 5 giugno scorsi) ha confermato Vico Equense come luogo d'incontro dei grandi della cucina italiana, ma anche come "palestra" del palato per appassionati e turisti. Il titolo e leitmotiv della Festa a Vico 2018 è stato "Manima", perché l'evento ha ospitato chef e artigiani provenienti da tutta Italia per rendere unica la kermesse benefica che è riuscita nell'intento di raccogliere fondi per progetti meritevoli ma anche a fondere due elementi indispensabili per una buona cucina: le mani e l'anima. Manima appunto. Spirito e materia, come siamo fatti tutti noi.

Gli chef non sono di un altro mondo, anche se moltissimi portano alto il nome della cucina italiana all'estero, ma sono degli "artigiani" che ogni giorno si mettono al lavoro in cucina. La grandissima partecipazione di chef e pasticcieri a quest'evento di beneficenza ne è la dimostrazione. Accademia Maestri Pasticcieri Italiani, da sola, ha contribuito con la presenza di dieci Maestri accorsi alla chiamata dell'amico Gennarino Esposito.

Nel ricco programma, Accademia Maestri Pasticcieri Italiani ha contribuito ad allietare con dolcezza "La cena delle stelle" di lunedì 4 giugno. Le sapienti mani dei Maestri Pasticcieri AMPI Fabrizio Camplone, Salvatore De Riso, Carmine Di Donna, Sandro Ferretti, Salvatore Gabbiano, Giuseppe Manilia, Alfonso Pepe, Vincenzo Santoro, Gabriele Vannucci e Salvatore Varriale hanno preparato i dessert della cena di beneficienza curata da circa venti chef pluristellati.

Fabrizio Camplone ha preparato "Millefoglie di Ferratelle" con bavarese all'Aurum e zafferano. Spazio all'anteprima d'estate di Salvatore De Riso con le "Millefrolle alle pesche" gialle e crema pasticcera alla vaniglia, terra di crumble al cacao, fiori e germogli di primavera. Il "padrone di casa", il pastry chef della Torre del Saracino di Vico Equense, Carmine Di Donna, ha colorato di rosso i

piatti della sua "Ispirazione alla fragola e tè matcha", un cremoso al tè matcha, mousse alla fragola e confit ai frutti rossi. Sandro Ferretti ha scelto per l'occasione un "Gratinato di ricotta dei Monti della Laga": biscotto morbido alle mandorle gratinato con zucchero di canna, mousse di ricotta con uvetta macerata nel rum. Salvatore Gabbiano ha offerto il "Tronchetto Anacapri": base torta caprese con crumble a mandorla, ganache al cioccolato Guanaja 70%, glassa al cacao e decorazioni al cioccolato. Il Pasticciere dell'anno Giuseppe Manilia ha deliziato con "Infinitamente frutta": bignè croccanti e crostatine moderne, bignè sablè e crema pasticcera, crostatina, mousse cioccolato bianco, macedonia di frutta esotica e glassa all'arancio.

Il Maestro milanese Vincenzo Santoro ha allestito un buffet con una varietà di dessert: "Divina", base di frolla di farina di riso, finanziere alle mandorle, gelée di lampone, cremoso pistacchio e mandorla, bavarese ai frutti esotici; "Sinfonia", base di pan di Spagna al cioccolato rinforzato con un croccante al corn flakes, bavarese alle nocciole caramellate con scaglie di fondente, mousse al cioccolato fondente; "Biancomangiare", base di frolla al bacio, composta di mele caramellate, mandorla, cioccolato bianco e mousse al limone. Per finire una serie di "Cubi" ai diversi sapori: "Cubo Sacher", pan di Spagna al cioccolato Sacher, doppia farcitura di confettura di albicocca e ganache di cioccolato fondente; "Cubo pistacchio", stratificato con cioccolato fondente, cioccolato bianco e pistacchio; "Cubo lampone", stratificato con crema alla vaniglia e gelée al lampone.

Alfonso Pepe ha preparato le sue "Monoporzioni" con crema di ricotta e pistacchio. Il Maestro toscano Gabriele Vannucci ha ideato "Pommy", un éclair al cioccolato Gold, mela e streusel alla mandorla. La "Cupola di Capodimonte" era firmata da Salvatore Varriale: mousse di cioccolato al latte con cremoso di mango, arancio e zenzero.

Il più potente dei motori della Festa a Vico? la solidarietà. Come per le altre edizioni la festa ha avuto esclusivamente una finalità benefica e il ricavato dell'evento è stato intorno ai 215mila euro mentre l'anno scorso la raccolta si era fermata a 192mila. I fondi sono stati destinati a cinque associazioni: Alts-Associazione per la lotta ai tumori del seno, Fondazione Pro, Associazione Noi con Voi per le Mici, Sostenitori Ospedale Santomobono e Istituto Costiero Vico Equense. E mentre il sipario è calato su questa grande tre giorni del gusto, si pensa già alla prossima edizione che si svolgerà dal 3 al 5 giugno 2019. «Sarà come un luna park - spiega lo chef Esposito - perché divertirsi e divertire con la buona cucina è ancora possibile». cod 56353

UN ACCADEMICO AL MESE

Achille Zoia

Quando la strada percorsa è molta, elencare le tappe di una carriera professionale fulgida e variegata può farsi troppo lungo. Meglio partire dall'ultimo prestigioso riconoscimento, quello di Maestro d'Arte e Mestiere conferito ad Achille Zoia il 4 giugno. Un omaggio commosso e grato alle "mani intelligenti", artefici dell'eccellenza creativa della pasticceria del Maestro milanese classe 1936. Alla Triennale di Milano, la Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte, in collaborazione con Alma, ha attribuito il Premio Maestro d'Arte e Mestiere ad artigiani italiani eccellenti in 22 categorie. Il Maestro AMPI è considerato nel settore un mago degli impasti e della lievitazione naturale, panettone in primis. È a questa specialità, infatti, che Zoia deve più di tutto la sua fama e il suo pluridecorato "Panettone Paradiso" rivisita la tradizione con tocchi di gusto personali con noci, cioccolato e senza canditi. Figlio d'arte, inizia ad approcciare il mestiere ancora ragazzino accanto al padre e allo zio con il quale approda alla famosa Pasticceria Biffi di Milano. È a fine anni '90 che arriva il meritato riconoscimento di Pasticcere dell'anno (1998-1999), conferitogli da Accademia Maestri Pasticceri Italiani. Tra i tanti premi anche "The world cup book", il prestigioso titolo della stampa internazionale di settore vinto da Zoia con il libro "Cresci", sulla pasta lievitata.
Caparbio, meticoloso, preciso, è anche docente e formatore per Cast Alimenti e collaboratore della primaria azienda partner di AMPI, Molino Dallagiovanna, presso cui sviluppa farine speciali. La sua energia del resto non cessa di accrescersi nel tempo a dispetto dell'età, così come la vena creativa. "La boutique del dolce" a Concorezzo (Mb) e a Cologno Monzese (Mi) è il palcoscenico su cui mette in scena la sua arte, con energia e talento fuori dal comune. La pasticceria offre una risposta appropriata ad ogni esigenza di cene, meeting, coffee break e servizio catering con una galleria di prodotti salati e dolci tra cui una varietà di torte, mini mousse, cassate, tutta la pasticceria mignon e la cioccolateria.

Gelato che passione
se il gusto viene dalla tradizione

In estate il consumo di gelato cresce in modo esponenziale in Italia e nel resto d'Europa, mentre nei Paesi asiatici e in tutti gli altri che si trovano nella fascia equatoriale il gelato è il dolce più consumato tutto l'anno. Ma cosa scelgono i consumatori? Quali le preferenze dei millennials? C'è una differenza di tendenze tra nord e sud?

Di certo conquistano ad ogni latitudine i gusti che raccontano un territorio, come il pistacchio di Bronte, lo zafferano di Navelli, il limone di Sorrento o le fragole della Basilicata. Ma non è tutto, perché si affermano sempre di più gusti con fiori ed erbe aromatiche, spezie ed oli essenziali, che sono la grande novità di quest'anno e che risultano particolarmente interessanti per la capacità di enfatizzare i sentori, i retrogusti e la persistenza aromatica di alcuni ingredienti, che a basse temperature potrebbero perdere un po' del loro gusto.

Un semplice gusto al caffè si trasforma con l'aggiunta di un olio essenziale al limone, un mix di frutta tropicale si arricchisce di nuove sfumature con vaniglia, succo di zenzero e pepe di Timut, mentre il fondente si fa più seducente attraverso l'incontro con il miele, in tutte le sue varianti.

«Di qualunque gusto si tratti - conferma **Ida Di Biaggio**, referente nazionale Conpait - Confederazione pasticceri italiani per la sezione gelateria - la grande costante è la cura nella ricerca della materia prima e la volontà di prediligere prodotti locali».

Tra le nuove tendenze anche l'incontro tra alcol e gelato, complice l'affermazione di cocktail sempre più intriganti. Si afferma nella ristorazione anche la moda del sorbetto a fine pasto a base di distillato: dal sorbetto al gin tonic a quello al gin a base di lampone e rosmarino. Altra tendenza in ascesa è l'ice cream pairing, la moda di ordinare gelati gastronomici da gustare durante l'happy hour con gli amici in terrazza e da abbinare al drink preferito: ad esempio il gusto burro e alici è perfetto con uno Spritzbear, a base di birra acida, capace di creare un contrasto interessante con il retrogusto sapido del gelato per stupire i palati gourmet.

«Noi gelatieri - continua Ida Di Biaggio - siamo sempre più attenti alle esigenze alimentari della clientela e proponiamo gusti gluten free, senza lattosio e ipocalorici. Le gelaterie con questa tipologia di offerta sono le più apprezzate, con ingredienti di stagione, completamente senza glutine e senza aromi o coloranti».

Altra novità interessante è la scelta di gusti curiosi a base di ortaggi e fiori, capaci di dare vita a un gelato leggero, ma dal gusto intenso e pieno di sfumature floreali.

Per quanto riguarda invece le preferenze, al nord vanno di più i gusti alla frutta, complice anche la tendenza healthy, mentre al sud in testa ci sono le creme.

Un dato interessante emerge dall'analisi condotta in base agli ordini ricevuti dalla app di delivery Glovo, che ha analizzato trend e attitudini in base agli ordini ricevuti. Se la passione per il gelato accomuna tutta l'Italia, i dati mostrano che sul podio delle città con il maggior numero di ordini nella sottocategoria dessert-gelati ci sono Torino (100%), Padova (93%) e Verona (85%): i loro abitanti non rinunciano a una coppa ai gusti di frutta nemmeno con le temperature più rigide.

di Monica Di Pillo

Il momento preferito per ordinare il gelato? Per i genovesi gelato fa rima con weekend con un picco di richieste il venerdì per cena; in Sicilia invece il rito del gelato è la domenica pomeriggio in famiglia, mentre il boom di richieste sul resto d'Italia è la domenica sera da gustare in relax sul divano. La più ordinata rimane la vaschetta da 500 g formato famiglia o amici, perché come tutte le passioni anche quella per il cibo si gusta meglio se condivisa. cod 56545

IN SALA CON Roberto Adduono

«Fondamentale la coesione della brigata»

Originario di **Pontecagnano Faiano** (Sa), 39 anni, delegato per la **Campania dell'associazione Noi di Sala**, Adduono è **maitre sommelier del ristorante Re Maurì** del Lloyd's Baia Hotel di Salerno, 1 stella Michelin

Un professionista con una lunga e diversificata carriera alle spalle, arricchita il 14 maggio scorso dalla nomina da parte della sezione regionale Ais (Associazione italiana sommelier) a Miglior sommelier della Campania 2018.

Un percorso professionale a dir poco intenso.

Certo, dopo la scuola alberghiera, ho iniziato a muovermi nel mondo dell'ospitalità, villaggi turistici compresi. Ho ricoperto tutte le cariche, dal commis allo chef sommelier in strutture da 10 a 80 coperti per rango e ho interpretato il servizio "alla russa", quello "all'inglese" e "al piatto". Ho avuto l'opportunità di lavorare in sale importanti come quella del The Waterside Inn di Bray-on Thames, nel Regno Unito, o al ristorante Rosellini's dell'allora Palazzo Sasso di Ravello (oggi Palazzo Avino, ndr) affacciato sulla Costiera Amalfitana.

di Gabriele Ancona

Alla luce di tanta esperienza, cosa rappresenta la sala?

Rispecchia il tuo modo di essere nella vita. Accogli il cliente come un

amico che viene a casa tua: lo devi far star bene. Oggi, pur nel rispetto delle regole, deve prevalere un rapporto più empatico, di interazione con l'ospite. Quel distacco un po' ingessato di un tempo è ormai datato, non funziona più. Sta però a noi capire se si hanno di fronte persone che vogliono instaurare un dialogo o preferiscono un rapporto meno coinvolgente.

E la clientela?

È cambiata notevolmente negli ultimi anni. È preparata, competente, informata, naviga su internet e viaggia, si sposta da un continente all'altro. Per noi si rivela una fonte di informazione privilegiata. Si captano le tendenze. Un'esperienza piacevole, di libero scambio. Si instaura una comunicazione che è un dono reciproco, un passaggio di competenze.

Qual è il suo rapporto con il vino e come organizza la cantina?

Non si finisce mai di studiare e imparare. Il vino è ricerca continua. La nostra cantina custodisce circa 1.000 bottiglie prodotte da 600 case vinicole. La gestione viene impostata calibrando le vendite, analizzando quali vini vanno per la maggiore. Da Re Maurì bianchi, spumanti e Champagne hanno un'incidenza del 60% sul globale. Numeri a parte, è importante ricercare sempre qualche bottiglia in grado di stimolare l'ospite: un vino da raccontare. Il sommelier è anche un comunicatore.

C'è differenza tra ospitalità e accoglienza?

Sono consequenziali. L'ospitalità inizia sul territorio, fuori dall'albergo o dal ristorante. Qui, invece. subentra l'accoglienza, che è ad personam. Ed entriamo in gioco noi, professionisti "sociali" che si occupano del benessere di chi ci ha scelto.

Un'accoglienza che si articola in gioco di squadra.

La coesione della brigata di sala è fondamentale. Chi guida i collaboratori deve saperlo fare con garbo e fermezza, equilibrio ed elasticità. Una gestione fluida permette ai collaboratori di essere operativi e soddisfatti. Chi ha la responsabilità del team, inoltre, deve essere il primo a rimboccarsi le maniche, a mettersi in gioco. Una buona dose di umiltà può contribuire a guadagnarsi il rispetto degli altri. Come nel privato, il rispetto è la conseguenza del tuo modo di essere.

cod 55983

Per approfondire...

LE SEDIE

Le sedie dei ristoranti sono elementi di arredo a elevato contenuto di servizio, che non vanno sottovalutati. Sul mercato ne esiste un'ampia gamma per ristoranti articolata in base a materiali, imbottiture e design.
Devono in ogni caso essere confortevoli, morbide e anatomiche e rapportate all'altezza standard del tavolo (75 cm dal pavimento). Ai plus di bellezza, eleganza e comodità vanno aggiunti resistenza e impilabilità.

La ristorazione fa la differenza

Nell'ambito della **gestione alberghiera** il **turismo congressuale** rappresenta un **mercato di notevole rilevanza**. Ma bisogna saperlo **gestire in modo accurato**, valorizzandone ogni aspetto. Tra questi, di primaria importanza e non sempre inserito nella fascia alta della graduatoria delle priorità, il **servizio di ristorazione**

Non valutarlo con attenzione e nei dettagli rappresenta un errore di fondo, invalidante. Il successo di una destinazione congressuale è infatti strettamente legato alla qualità del servizio di ristorazione erogato.

Certo, disporre di sale meeting con una tecnologia avanzata è un asso nella manica, come aiuta avere sale dotate di illuminazione naturale, ma se si mangia male o non si ha un ristorante anche di riferimento si è tagliati fuori in automatico da una determinante e consistente voce di business. Eppure il mercato congressuale, al pasto veicolato (preparato e consegnato dall'esterno), per quanto di qualità, non ha mai dato troppa importanza. Le sale meeting, va sottolineato, aiutano la struttura a raggiungere migliori performance globali. È questo il punto di partenza. Se non si ha chiaro l'orizzonte entro cui ci si deve muovere ogni sforzo sarà vano.

Per quanto riguarda la ristorazione il quadro è chiaro e definito. Si conosce il numero degli ospiti, a che ora preferiscono mettersi a tavola, cosa mangiano e bevono, quanto pagano e chi sono. Un profilo dettagliato, ma non sempre fila tutto liscio. Occorre perciò prepararsi e analizzare cosa si sta andando ad affrontare. Bisogna avere un metodo. Le problematiche da affrontare sono numerose e diverse. Si possono dividere in due macro-aree: aspetti pre-arrivo e aspetti live, con gli ospiti già alloggiati.

Gli elementi che vanno definiti e impostati in anticipo, prima dell'arrivo dei partecipanti al meeting, riguardano:

- Tipo di servizio
- Numero dei partecipanti
- Provenienza, età, livello culturale
- Motivo dell'incontro
- Menu, che deve essere equilibrato, invitante e adatto ai gusti di tutti
- Prezzo rapportato al budget
- Allestimento e cura del servizio

singoli piatti. Un "piano B", per ritardi e richieste di modifiche, deve essere sempre nel cassetto.

Vanno poi organizzati al meglio i flussi dei partecipanti per permettere un buon servizio senza code e minimizzando gli incroci fortuiti tra clienti e camerieri mentre allestiscono e sbarazzano la sala. È importante anche considerare il rapporto clienti-camerieri e il tipo di servizio e provare diversi set up della tavola e del buffet. Ma la regola numero uno rimane sempre la stessa: pensare con gli occhi del cliente e fare più di quello che l'ospite si aspetta sulla base di un servizio e di un'ospitalità impeccabili. Basta poco.

Due esempi colti di recente. In un hotel business di una cittadina della Romagna è stato preparato nella meeting room un vassoio di biscotti disposti a comporre le iniziali del committente. In un'altra struttura, in Abruzzo, sul carrello allestito per il coffee break, a disposizione degli ospiti anche un estrattore con una invitante cassetta di frutta e verdure. cod 56495

Fonte: Hotel Managers - Organo ufficiale Ada Italia (Primavera 2018)

- Qualità dell'offerta gastronomica

Vanno poi saputi gestire i cosiddetti aspetti live, quando gli ospiti sono già nella struttura:

- Modifica negli orari dei servizi previsti
- Numeri diversi da quelli confermati
- Menu non adatto alla clientela (cosa che purtroppo succede di frequente quando ci si rivolge a un terzo organizzatore)
- Segnaletica chiara se sono in programma diversi eventi in hotel
- Adeguato numero di addetti in servizio

Insomma, per gestire il tutto c'è da impazzire e da parlarne per settimane. Un'organizzazione che va dal lavapiatti alla lavanderia, passando per il cuoco e le esigenze della clientela. Come uscirne vivi? Semplicemente impostando un metodo efficace.

Innanzitutto vanno studiati i menu informandosi su come li hanno articolati i competitor nazionali di prossimità. Un'analisi che permette di capire come ci si è strutturati. Una solida base di partenza per capire se si può proporre qualcosa di diverso, che riesca a caratterizzare l'offerta. E se si è elaborata l'idea giusta, bisogna essere certi che abbia un costo sostenibile. L'offerta deve essere "dedicata": proposte diverse per budget e mercati differenti.

Non va dimenticato, inoltre, di fornire informazioni dettagliate anche sugli ingredienti utilizzati e di avere a disposizione le schede tecniche dei

Nicola Trolio, la passione del barman Una vita tra mixology e centri termali

Aquae Patavinae: così era chiamata anticamente Abano Terme (Pd), legata anticamente al dio veneto Aponus, protettore dell'acqua termale che sgorga naturalmente in quei territori. Qui si trova **Nicola Trolio**, fratello del più noto Simone e giovane promessa del bartending italiano. Nicola ci racconta che, come spesso capita, i suoi studi non si sono incentrati sul settore nel quale ora lavora. Ha preso, infatti, il diploma di tecnico delle industrie elettriche.

Nel periodo degli studi si aiuta economicamente con lavori saltuari nei ristoranti della zona, per poi seguire il consiglio del fratello Simone (socio Abi Professional): imparare a conoscere la professione del barman. Ha iniziato, Nicola, all'Hotel Orvieto di Abano Terme, dove ha imparato a districarsi tra le diverse mansioni. Si è reso però poi conto di quanto gli occorressero esperienze di maggior livello, che potessero dargli l'opportunità di imparare nuove lingue spesso parlate dai clienti dell'Hotel Orvieto: è partito così alla volta della Germania, dove ha imparato il tedesco. Una volta ritornato ha iniziato a lavorare all'hotel Millepini a Montegrotto Terme, struttura termale quattro stelle lusso.

Lì si è reso conto che il suo destino sarebbe stato dietro al banco di un bar; poi è toccato a Gianni Rebecca (membro del comitato esecutivo nazionale di Abi Professional) far conoscere al giovane Nicola un mondo tutto nuovo, cominciando dal concetto di accoglienza. Prima gli studi per migliorare la merceologia, poi qualche concorso e alla fine l'iscrizione ad Abi Professional.

Frequentando l'Associazione barmen italiani, Nicola ha modo di notare e farsi notare dai colleghi. Poi l'opportunità, il treno che nessuno deve perdere: Antonio Della Croce (socio Abi Professional e professionista di grande valore) ha visto in Nicola grandi potenzialità e decide di inserirlo nel suo staff. Così Nicola inizia a lavorare al bar "i Quadri", sotto la supervisione di Antonio, bar manager, all'interno dell'unico 5 stelle lusso della provincia di Padova, l'Abano Grand Hotel.

Nicola, seppur giovane, ha già partecipato a diverse competizioni, tra le quali una delle finali nazionali di Abi Professional. «Una bellissima esperienza che non è incentrata esclusivamente sulla competizione, ma su veri momenti di condivisione tra colleghi». Una condivisione che, all'interno di Abi Professional, è alla base della crescita professionale dei singoli. Proprio per questa ragione, per il bene e il futuro dell'Associazione, Nicola spera che i giovani partecipanti a questa realtà crescano sempre di più: così facendo potrebbe crearsi un gruppo ancora più forte di quanto non lo sia già adesso, ci sarebbero poi più opportunità di crescita e si valorizzerebbe ancora di più l'impegno di Massimo Blanda (coordinatore del Veneto).

Nicola si sente ormai pronto per dare qualche consiglio a coloro che vogliono intraprendere questa carriera: «A chi sta facendo la scuola alberghiera o si sta avvicinando a questo mondo, vorrei dire che in qualsiasi posto si lavori, che sia un bar di paese o all'interno di qualche famoso hotel di Londra, c'è sempre qualcosa di nuovo da imparare. C'è sempre qualcosa che può essere utile in futuro. È necessario impegnarsi molto, perché solo così, prima o poi, le soddisfazioni arrivano». cod 56434

Parlare di **aperitivi con il tè** non è una cosa tanto nuova, però mai come adesso, **grazie a Protea, si sta sviluppando consapevolezza** inerente l'uso di questa millenaria bevanda nei **cocktail**

Quando il tè incontra i cocktail

Dobbiamo innanzitutto fare una precisazione: il tè - in foglie - è sempre stato visto come una bevanda da servire calda perché legata a certi orari della giornata. Ebbene, da oggi non sarà più così. Il tè come ingrediente per i cocktail dovrà essere visto come vien considerato dai produttori millenari: un liquore. Già, è così che viene definito il risultato dell'infusione delle varie tipologie di tè, infusione che avrà una durata differente a seconda di quanto intenso si desidera l'aroma finale. Inoltre non dovrà obbligatoriamente essere bevuto caldo: è possibile lasciare che la temperatura si abbassi, così da cogliere al meglio l'intrinseco aroma naturale che ogni infusione è in grado di donare.

Tutto questo è stato argomento di discussione nell'ambito di Gourmet Expoforum a Torino, dove, in un'area allestita da Protea, è stata data la possibilità a coloro che si erano prenotati di assistere alla nascita di questa *nouvelle vague* del tè. Grazie all'invito che Protea ha esteso ad Abi Professional, ho potuto dare dimostrazione attraverso due masterclass di come possa essere valorizzata questa nobile bevanda.

Nella prima masterclass, facendo mia la filosofia dei Tea Martini Cocktail di cui già parlai alcuni anni fa in queste pagine, partendo dall'infusione del tè verde e nero fatta a freddo per sei ore in acqua minerale naturale, ho potuto riproporre l'evoluzione del Martini cocktail visto però attraverso una luce del tutto inaspettata.

Di tutt'altro stampo la seconda masterclass, basata sulla filosofia del Tea Solid Cocktail: sono state riscoperte le gelatine, interpretate per la prima volta a New York negli anni '80 come "cocktail da mangiare". Queste gelatine sono il risultato di una trasformazione solida di un tè molto particolare, il Lapsang Souchon, varietà cinese con forti sentori di affumicatura. Questo tè, lavorato con un ingrediente dal gusto inconfondibile, il Lagavulin (nelle sue due versioni 8 e 16 anni), un whisky proveniente dall'isola di Islay, ha dato vita ad un aperitivo straordinario, ancor di più se esaltato dall'abbinamento dei tipici biscotti salati inglesi, i Digestive Biscuits. Ma il tè non è base solo di cocktail alcolici: mixando le infusioni con, ad esempio, gli sciroppi della linea Fabbri, quali Chai, Cannella, Mango o Sambuco, il risultato è un cocktail analcolico, dissetante e caratterizzato da un gusto intenso.

di Carmine Lamorte

Protea è anche stata organizzatrice della Tea Masters Cup Mixology 2018, una cocktail competition con protagonista il tè, giunta quest'anno alla sua terza edizione e svoltasi a Courmayeur (Ao) il 18 giugno scorso. La manifestazione è stata organizzata con la collaborazione di Abi Professional. cod 56442

Nove semplici regole per limitare le infezioni alimentari

di Serena Pironi
Tecnologo alimentare

di Francesca Totò
Tecnologo alimentare

A giugno nella città di Pescara si è verificata una massiccia infezione alimentare che ha causato il ricovero di più di 180 persone tra bambini e docenti a seguito del consumo di alimenti contaminati somministrati nelle mense scolastiche. Il microrganismo responsabile appartiene al genere *Campylobacter*, che tra i suoi elementi ne ha uno particolarmente patogeno: *Campylobacter jejuni*. Resistente alle basse percentuali di ossigeno (nelle confezioni in atmosfera protettiva), capace di moltiplicarsi in un range di temperature tra 37 e 42°C, questo microrganismo a partire da dosi infettanti anche di poche unità (500 colonie) è in grado di provocare un'infezione gastroenterica da circa 48 ore di incubazione dall'ingestione dell'alimento e i sintomi possono perdurare da 2 a 11 giorni.

La campilobacteriosi può essere contratta attraverso il consumo di carni poco cotte di animali (pollame, maiale, manzo, ecc.), latte non pastorizzato, acque contaminate. Ma risulta realmente così facile infettare un numero così cospicuo di persone partendo da una cucina? Purtroppo sì, perché probabilmente ancora oggi non vengono rispettate le basi preventive, ovvero le buone pratiche di lavorazione (Gmp) per evitare un'epidemia di tale portata.

Le infezioni alimentari si possono limitare seguendo poche semplici regole:

1. Igiene del personale addetto alla preparazione pasti, corretto lavaggio delle mani e utilizzo di carta assorbente monouso per l'asciugatura;

2. Rispettare modalità e tempi di contatto dei prodotti impiegati nella sanificazione delle superfici di lavoro e di tutti gli utensili;

3. Separare fisicamente gli alimenti crudi da quelli cotti per evitare possibili cross-contamination da parte di microrganismi patogeni, utilizzare attrezzature e utensili (come taglieri, coltelli) dedicati per gli alimenti già cotti;

4. Cuocere con attenzione e adeguatamente la carne rossa e il pollame, ovvero raggiungere i 70°C al cuore (temperature non scontate in cotture in umido e in forno);

5. I cibi da riscaldare devono essere riportati a 70°C al cuore;

6. I cibi cotti da conservare in condizioni refrigerate prima del riscaldamento devono essere abbattuti, ovvero portati a temperature sotto i 10°C nel più breve tempo possibile (non in ore), usare l'abbattitore è una garanzia, altrimenti applicare un bagnomaria a freddo (acqua fredda anche con ghiaccio);

7. I cibi cotti che devono essere conservati in legame caldo devono poter essere mantenuti a 60-65°C;

8. Se vengono preparati cibi marinati, assicurare che l'acidità sia bassa (pH < 4,5);

9. Utilizzare acqua potabile e, se trattata con addolcitori, manutenere tali sistemi e cambiare eventuali filtri con opportuna frequenza, seguendo i consigli di manutenzione della casa madre.

La sicurezza alimentare è un dovere, ma è anche un utile strumento per un'attività che opera nel food. Puntare sulla qualità può avere un costo iniziale nel breve periodo, ma getta le basi per un sicuro miglioramento della propria organizzazione ed una garanzia per i propri clienti. cod 56382

RESTAURANT COACH

Sala e Cucina
Una sinergia imprescindibile

Spesso torniamo nello stesso ristorante non solo per la qualità dei piatti o per l'estro dello chef, che sono comunque elementi fondamentali nella scelta, ma per l'emozione vissuta. Ormai il cliente non compra prodotti, compra esperienze. E la sua soddisfazione è frutto di una gestione sapiente di sala e cucina. Il successo di ogni attività ristorativa è strettamente legato al buon funzionamento sia della sala che della cucina. Non esistono differenze e ruoli più prestigiosi di altri. Ogni membro dello staff ha la sua importanza ed è la sinergia tra gli chef e i camerieri a decretare la fortuna di un locale.

Qualche tempo fa sono stato chiamato a gestire le problematiche di un ristorante milanese dove il proprietario si lamentava dei suoi operatori di sala, poco attenti - a suo dire - nei confronti della clientela. Dopo una scrupolosa analisi, mi accorsi che il problema era legato al fatto che il servizio si svolgeva in base ai processi e alle tempistiche dettate esclusivamente dalla cucina, che non tenevano minimamente in considerazione le esigenze della sala. In sostanza mancava la comunicazione tra i due reparti e questo influiva negativamente sulle prestazioni finali.

A quel punto decisi di far intervenire un consulente del mio team, esperto in comunicazione persuasiva e Team coaching. Gli spiegai la situazione e insieme iniziammo a lavorare sull'importanza di fare squadra e di condividere gli stessi obiettivi aziendali per il raggiungimento di un unico scopo comune: il successo del ristorante. Abbiamo dato ad ogni membro dello staff un ruolo ben definito e abbiamo creato un modello gestionale di facile fruizione che tenesse conto, in rispetto alle esigenze sia della sala sia della cucina, di un unico scopo comune: la soddisfazione del cliente.

di Vincenzo Liccardi

Un team è tanto più forte quanto più è organizzato e i suoi componenti hanno ben chiaro quali sono le mansioni a loro affidate e la visione comune degli obiettivi. I risultati sono stati sbalorditivi: si respirava un'aria più distesa, le performance generali erano migliorate e anche il volume degli affari era notevolmente aumentato. cod 56532

CONSULENZA LEGALE

Igiene e sicurezza alimentare

In estate aumentano i controlli

Ormai siamo in estate, il lavoro aumenta grazie al flusso di turisti e vacanzieri che si spostano e che hanno desiderio di godere delle ferie concedendosi svago. In questo periodo aumentano anche i controlli da parte di enti come Carabinieri - Nas, polizia municipale, Guardia di finanza, Asl, ispettorato del lavoro. I titolari d'azienda sono chiamati ad adempiere gli obblighi di legge, per salvaguardare la salute dei dipendenti, valutando con attenzione tutti i rischi presenti sul luogo di lavoro, e per tutelare la salute dei propri clienti, garantendo la qualità dei prodotti somministrati: devono cioè rispettare le normative sulla sicurezza e l'igiene alimentare.

I titolari d'azienda devono anche essere molto attenti a rispettare le norme sull'insediamento e sull'attività dei pubblici esercizi e non sottovalutare le conseguenze della loro violazione. In particolare, come prevede l'art. 5 della Legge 25 agosto 1991, n.287 che ha aggiornato tale normativa, è indispensabile tener ben presente la tipologia di esercizio commerciale attribuita e autorizzata.

Non bisogna sorprendersi se, rilevate tali violazioni, l'autorità amministrativa proceda poi a disporre ordini di cessazione dell'attività. Dover interrompere l'attività in un periodo di grande flusso di clientela è senza dubbio un grave danno ed un rischio da non correre.

Infatti, quand'anche si intenda opporsi al provvedimento amministrativo che dispone la cessazione dell'attività, avendone fondati motivi, bisognerà ricorrere al Tribunale Amministrativo Regionale e ciò, ovviamente, richiede tempo oltre che denaro. L'attività nel frattempo deve rimanere chiusa fino alla decisone di merito, cioè fino alla sentenza, salvo che intanto non si ottenga la cosiddetta "sospensiva del provvedimento".

di Simonetta Verdirame
Avvocato

In proposito vorrei sottolineare che l'eventuale accoglimento della istanza di sospensiva del provvedimento amministrativo che ha natura squisitamente cautelare e di valutazione sommaria della fondatezza dell'istanza di inibizione, non va confusa con la valutazione approfondita dell'argomento che verrà svolta nella fase di merito e porterà alla sentenza.

cod 56501

Per informazioni e consulenze rivolgersi a:
Studio Avvocato Verdirame di Milano
Tel 02 29521121
s.verdirame@studioverdirame.it

Ezio Marinato e Carlo Di Cristo insegnano a panificare

"Panificazione... questa sconosciuta!" è il titolo del corso di formazione che si è svolto in due giornate lo scorso giugno presso la scuola di Molino Grassi "Impastando s'impara". Il corso è stato un successo e i posti disponibili sono terminati subito. I protagonisti assoluti sono stati **Ezio Marinato**, maestro panificatore e docente di Alma, la scuola internazionale di cucina italiana con sede a Colorno (Pr), da anni consulente e amico di Molino Grassi, e **Carlo Di Cristo**, professore al dipartimento di Scienze e tecnologie dell'Università del Sannio e panificatore. L'incontro tra Molino Grassi e Carlo Di Cristo è avvenuto per caso, leggendo una recensione su Gambero Rosso. Per Molino Grassi è stato l'incontro non solo con un eccellente panificatore ma con uno studioso, e insieme hanno deciso di mettere i risultati di questi studi a disposizione di sempre più panificatori.

"Cosa succede quando acqua e farina si mescolano?". Questo il centro del confronto tra i due docenti, che hanno trattato l'aspetto biochimico e microbiologico di diversi tipi di lievitazioni, partendo dall'idrolisi per poi approfondire con biga, poolish e lievito madre. Più che un corso, un dibattito aperto e in divenire tra i due docenti e i corsisti. Le farine utilizzate sono state quelle meno raffinate, cioè di tipo 1 e di tipo 2 biologiche, farine in cui Molino Grassi esprime al meglio la sua esperienza ormai più che ventennale nel mondo del biologico.

Il prossimo corso di Marinato e Di Cristo riguarderà i panettoni e si terrà il 27-28 ottobre.

I corsi sono acquistabili sul sito **www.molinograssi.it** o contattando **vanessaveronesi@molinograssi.it**.

cod 56488

Forni Valoriani

Gli Originali

I FORNI PROFESSIONALI, A LEGNA E A GAS, con il piano in **VERO COTTO REFRATTARIO** rappresentano la miglior soluzione per **PIZZE COTTE AL PUNTO GIUSTO**.

Serie Vesuvio

misure espresse in cm						
MOD.	**Misure interne**	**Misure esterne**	**Bocca**	**Peso kg**	**Canna Fumaria**	**Cap. pizze ø 28/30cm**
100 ø	100x100	140x150	54x28	1100	20	4/5
120 ø	120x120	160X170	55x28	1350	20	5/6
140 ø	140x140	180X190	55x28	1600	20	8/9
120X160	120x160	160X210	55x28	1600	20	8/9
140X160	140x160	180X210	55x28	1750	20	11/12
160 ø	160x160	210x212	55x28	1900	20-25	14/15
140X180	140x180	180X230	55x28	1900	20-25	14/15
180 ø	180x180	225X245	55x28	2200	20-25	17/19

Rotativo 120

misure espresse in cm	
Misure interne volta	140x140
Misure esterne	180x202
Piano rotante	120x120
Bocca	55x29
Peso	1900 kg
Canna fumaria	ø 20
Capacità pizza (ø 30/32)	8/9

Verace

misure espresse in cm				
MOD.	**Misure interne**	**Misure esterne**	**Bocca**	**Peso kg**
120 ø	120x120	160X170xh190 con base	45x22 a richiesta 54x22	1600
140 ø	140x140	180X190xh190 con base	45x22 a richiesta 54x22	1900

Serie Baby

misure espresse in cm	Baby 75	Baby 60
Misure interne volta	75x75	60x60
Misure esterne senza base	101x100x64h	81x76x61
Misure esterne con base e ruote	101x100x164h	83x83x160
Bocca	36x21	36x21
Peso Kg	220 kg	148
Canna Fumaria	ø 15	ø 15
Peso Bruciatore	10 kg	7kg
Capacità Pizza (legna)	2	1
Capacità Pizza (gas)	3	2

Personalizzare
per distiguersi
Best in Table punta su #Yours
EL MUNDO
STARLITE

Se il vocabolario parla chiaro - si intende per personalizzazione la "modifica di oggetti o servizi in modo che risultino adatti alle specifiche esigenze dei fruitori o ne riflettano i gusti" - la letteratura del marketing va oltre: la customizzazione (personalizzazione) è una "strategia di differenziazione basata sulla definizione customer-tailored dell'offerta dell'impresa, volta a sviluppare il prodotto ideale per ogni consumatore (Simonson, 2005)".

Ad accumunare le due definizioni, l'obiettivo finale: creare un'identità - anche visiva - del proprio marchio o della propria impresa offrendo al cliente-interlocutore un prodotto riconoscibile ed unico nel suo genere in grado di distinguersi nel mercato. La possibilità di dare forma a realizzazioni "su misura" ha però anche un altro merito: consentire di modificare la propria immagine sulla base della periodicità, di iniziative particolari o delle mode grazie a soft restyling dai costi contenuti.

Lo hanno ben compreso i creativi di Bit-Best in Table, che fanno dell'innovazione una sfida, del design la propria forza, della sostenibilità un'eccellenza, ma soprattutto della personalizzazione la loro cifra stilistica. Forte di questo valore, l'azienda ha sviluppato #Yours, un servizio sartoriale articolato in customizzazioni del logo ("How to make a branding"), del formato e della piegatura ("How to make a folding") e della gamma colori ("How to make a colouring") per la realizzazione di tovaglioli e sottobicchieri che possono essere creati o modificati sulla base di esigenze e gusti specifici.

Massimiliano Ongis

«Inserire il proprio logo, cambiare piega o formato e scegliere una nuance o una fantasia particolare - spiega **Massimiliano Ongis**, sales team Ros - sono operazioni che permettono la massima personalizzazione ad ogni locale che, solo variando periodicamente l'aspetto di questi dettagli, può anche offrire al proprio cliente un'immagine rinnovata sulla base della stagionalità o dell'estro del momento, creando suggestioni estetiche e mise en place sempre nuove». Un'operazione lifestyle che tiene conto del fattore "E" (economia) ma non scende a compromessi con la qualità. Il risultato sono infatti prodotti che, all'usuale tecnica, estetica e funzionalità "made in Bit", abbinano la componente "personalized".

«La riconosciuta qualità tattile dei tovaglioli di Bit - prosegue Ongis - codificata dalla gradevolezza e morbidezza al contatto con le labbra, si associa non più solo all'appagamento visivo e alle caratteristiche di praticità di utilizzo, ma anche alla loro distinguibilità che consente al cliente una facilità di identificazione dello stile del locale, agevolato nelle operazioni di branding. Il tutto prestando sempre attenzione ai trend-moda».

Nessun limite alla creatività infatti: sia che si tratti della linea "Nap-Ink", pensata per vestire la tavola nel segno del colore e della ricercatezza dei particolari, della collezione "The Luxe", emblema di esclusività, o di "BioBamboo", inno alla sostenibilità, tutto è personalizzabile. «Nata dalla fibra di bambù, la collezione più green di Bit è protagonista di "How to make a Bambooing", uno speciale concept che permette di acquistare tovaglioli e sottobicchieri con logo a prezzo di un prodotto standard. Un'ulteriore dichiarazione d'amore dell'azienda nei confronti dell'ambiente da preservare con scelte consapevoli per materiali e lavorazioni».

Lo stile? È #Yours! cod 56432

Ros Forniture Alberghiere
via Don Lorenzo Milani 1 24050
Zanica (Bg) - Tel 035 670299
www.ros.bergamo.it

Matteo Rizzo ha scelto Tomato+ «Un valore aggiunto per il ristorante»

Per lo chef stellato del Desco di Verona, avere **a disposizione in ogni periodo dell'anno** una **serra da interni** è un **vantaggio straordinario** in termini di praticità, di costi di gestione, ma soprattutto **di qualità delle colture**

Sono ormai tanti i nomi illustri della ristorazione che si sono fatti conquistare dalla serra da interni Tomato+. Tra questi c'è **Matteo Rizzo**, chef, insieme al padre Elia, del Ristorante Il Desco di Verona, 1 stella Michelin da oltre 30 anni e punto di riferimento per la ristorazione veronese.

Come ha conosciuto Tomato+?

Un pomeriggio d'estate appena rientrato dal mio solito giretto nell'orto poco distante dal ristorante, dove coltivo le mie erbe aromatiche, ho ricevuto una mail di presentazione della Tomato+.

Tra i tanti vantaggi che la macchina offre, quale l'ha colpita maggiormente?

Sono rimasto subito colpito dal design e dalle potenziali applicazioni. Ho pensato: sai che bellezza poter avere tutto l'anno germogli freschi, basilico profumato ed insalatina croccante appena colta? È cominciata così la mia collaborazione con il fantastico team di Tomato+, ragazzi giovani, lungimiranti e all'avanguardia, proprio come vorrei essere io. Da un anno collaboriamo per i test di nuove colture e nuove sementi, lavoriamo a stretto contatto. I feedback dei cuochi sono un grande stimolo per Daniele Rossi (fondatore e ceo dell'azienda, *ndr*) e per i suoi collaboratori.

Quanto ha inciso sul suo lavoro la possibilità di avere sempre a disposizione un "orto nel ristorante" in grado di fornire prodotti sempre freschi e di qualità garantita?

I vantaggi che la macchina può dare sono molteplici, oltre alla possibilità di avere una freschezza quasi senza paragoni (verdura come appena colta dall'orto). Il gusto e l'aroma soprattutto delle erbe aromatiche sono inebrianti. Il valore aggiunto di avere anche un assoluto controllo sulla salubrità delle colture non è da sottovalutare (nessun contatto con l'esterno, utilizzo di acqua demineralizzata, nessuna contaminazione con pesticidi o agenti atmosferici).

Quali tipologie di colture ha scelto di tenere nel suo Tomato+?

Ultimamente utilizziamo molto tutte le tipologie di basilico; mi entusiasma poter usare le foglioline più piccole e tenere. Ad esempio nel nostro "Risotto torba, pomodoro e cipolla", attualmente presente nel nostro menu, utilizziamo come ingrediente "segreto" il basilico greco e il basilico rosie per dare al piatto un retrogusto più persistente. Un'altra coltura che mi lascia sempre impressionato per la velocità di crescita e per il risultato finale sono le lattughe. Da semino a cespo in poco più di tre settimane, incredibile! cod 56468

Tomato+
via Ferri 61/63/65 - 25010
Borgosatollo (Bs) - Tel 030 2501314
www.tomatopiu.com

Ogni goccia è preziosa

Testo 270, nuovo tester per oli di frittura

Con Testo 270 l'azienda lancia la nuova generazione di tester di provata efficacia per oli di frittura. Testo 270 assicura la qualità degli alimenti fritti e ottimizza il consumo dell'olio con risparmi fino al 20%

I tester per oli di frittura Testo 270 misura il contenuto di "Materiali polari totali" (Tpm) presente nell'olio, che rappresenta un indicatore sicuro della qualità dell'olio stesso. Ecco perché i materiali polari non possono superare un certo limite, a seconda del Paese: in Italia è il 25% come chiaramente indicato dalle normative vigenti (rif. art. 5 lett. (d) e 6 della legge 30 aprile 1962, n. 283 e circolare del ministero della Sanità n.1 dell'11 gennaio 1991). Il mancato rispetto della normativa può comportare sanzioni sia amministrative che penali.

Inoltre, l'olio di frittura sviluppa il suo massimo potenziale tra il 14 e il 20% di Tpm, quindi è opportuno sfruttarlo al massimo. Sostituendo l'olio troppo frequentemente, si rischia di sprecare risorse ancora sfruttabili. Viceversa, se l'olio è troppo usato, il valore di Tpm è superiore al limite e gli alimenti fritti risultano essere tossici. Tutto questo si può evitare effettuando regolari misure con Testo 270. L'utilizzo regolare del tester previene anche lo spreco di olio di frittura, con consumi di olio ridotti fino al 20%.

Sicurezza nell'uso quotidiano

La robustezza del tubo sonda è stata notevolmente migliorata rispetto al modello precedente. Inoltre, il nuovo tester per oli di frittura ha collegamenti più robusti tra la custodia, il tubo sonda e il sensore. Poiché lo strumento di misura appartiene alla classe di protezione IP65, anche senza una custodia protettiva aggiuntiva, non c'è nessun problema se lo si lava con acqua corrente (ideale per l'utilizzo nei self-service). Tuttavia, la caratteristica più evidente del nuovo Testo 270 è il suo design ergonomico: ha in effetti il vantaggio che l'utente non è più direttamente esposto al calore dalla friggitrice quando deve rilevare la misura e questo gli permette di lavorare in modo più sicuro.

Ancora più intuitivo grazie al "principio del semaforo"

Il display del tester, più grande dell'86%, semplifica notevolmente la lettura dei valori di temperatura e di Tpm. Gli allarmi inequivocabili, visibili grazie al display a colori retroilluminati, facilitano ancora di più la valutazione della qualità dell'olio di frittura: verde indica che il contenuto di Tpm è inferiore al valore limite impostato, arancione indica che è borderline e, quando il display diventa rosso, significa che il valore limite è stato superato.

Costi ridotti

Esaurienti prove pratiche da parte degli ingegneri Testo hanno dimostrato che effettuare regolari misure con Testo 270 riduce il consumo di olio di frittura fino al 20%. Con un consumo di 1.000 litri al mese e ipotizzando un prezzo di 0,70 euro/litro, questo permette un risparmio annuo di 1.680 euro. cod 41996

Testo Spa
via F.lli Rosselli 3/2 - 20019 Settimo Milanese (Mi) - Tel 02 335191
www.testo.it

Bavarese al cioccolato bianco con croccante di mandorle

Ingredienti per 6 monoporzioni

Piatto realizzato dallo Chef: **Stefania Bergantin**

IFSE Culinary Institute

Ingredienti

Per la bavarese

Latte	g.	**300**
Gelatina in polvere	g.	**6**
Panna	g.	**300**
Cioccolato bianco	g.	**100**
Zucchero	g.	**50**
Tuorlo d'uovo	g.	**60**
Baccello di vaniglia	n.	**1**

Per i fili di zucchero caramellato

Acqua	g.	**50**
Zucchero	g.	**100**

Per il croccante di mandorle

Acqua	g.	**100**
Zucchero	g.	**200**
Mandorle	g.	**100**

Procedimento

Per la bavarese

Unire i tuorli e lo zucchero con una spatola e amalgamare molto bene. In un pentolino aggiungere il latte, la panna e i semi della bacca di vaniglia, portare a bollore. Stemperare i tuorli e lo zucchero con un po' di latte tiepido e unire alla crema, scaldare il composto molto lentamente fino a che non addensa, aggiungere la gelatina in polvere e il cioccolato bianco precedentemente tritato avendo cura di mescolare molto bene. Versare il composto in uno stampo e abbattere in negativo.

Per i fili di zucchero caramellato:

Unire l'acqua e lo zucchero in un pentolino, portare a bollore e attendere che lo zucchero caramelli, lasciare raffreddare leggermente fino a che il composto non si addensa e crea dei fili, quindi formare la decorazione.

Per il croccante di mandorle:

In una pentola porre gli ingredienti, portare a ebollizione e quando il composto sarà imbrunito versare su un piano in marmo, o in un contenitore in acciaio, attendere il raffreddamento e spezzettare.

ITALIAN IFSE FOOD STYLE EDUCATION Culinary Institute

Fotografie e Grafica: **Pisano Saverio** *IFSE Culinary Institute*

Agugiaro&Figna Molini e Slow Food

Insieme per un anno ricco di eventi

Nuove e importanti collaborazioni per l'azienda molitoria italiana, prima tra tutte la **partnership con Slow Food Italia**, l'associazione internazionale no profit **impegnata nel ridare il giusto valore al cibo nel mondo**

Un 2018 pieno di soddisfazioni per Agugiaro&Figna Molini, leader nel mercato della macinazione del grano tenero specializzata nella produzione di farine e semilavorati di altissima qualità che dal XV secolo opera con dedizione e conoscenza, nel pieno rispetto dell'ambiente e della materia prima, facendo propri i concetti di biodiversità, lentezza e sostenibilità nel processo di macinazione della farina.

La nuova collaborazione con Slow Food Italia - presentata ufficialmente in occasione della 19ª edizione di Cibus - nasce dalla condivisione di valori e obiettivi comuni, nel pieno rispetto dei principi del buono, pulito,

giusto e sano per tutti. Un percorso, quello tra Agugiaro&Figna Molini e Slow Food Italia, che conferma che l'eccellenza nasce sempre dalla sapienza di chi lavora e dalla scelta di ingredienti di qualità, che l'italianità può affermarsi all'estero con il buon gusto, la sostenibilità e l'armonia e soprattutto che insieme è meglio.

Un sodalizio tra le due realtà già anticipato nel corso del Campionato mondiale della pizza, manifestazione internazionale sul mondo della pizza tenutosi a Parma dal 9 all'11 aprile. Per l'occasione Agugiaro&Figna Molini con la sua linea di farine dedicata al comparto pizzeria Le 5 Stagioni ha presentato il vero identikit della pizza slow: un prodotto leggero, croccante, fragrante e ovviamente di qualità, certificato dall'utilizzo della linea di farine Le 5 Stagioni. L'azienda ha posto particolare attenzione al concetto di sostenibilità nel processo di macinazione della farina, un percorso lento fatto di passione e dedizione che determina le caratteristiche di una pizza slow.

«Le farine contribuiscono a fare la differenza nelle preparazioni gastronomiche - afferma **Giorgio Agugiaro**, presidente di Compagnia Generale Molini, società capogruppo - così come le appropriate macinazioni rendono le farine caratteristiche e differenti. Consapevoli che un prodotto di rispetto nasca in un ambiente di rispetto, ricerchiamo i migliori grani italiani ed esteri, ovunque essi siano, e ci impegniamo per la sostenibilità del nostro fare. Come l'acqua e il sole fanno crescere il nostro grano, così li utilizziamo come fonti della nostra energia».

Il legame tra Agugiaro&Figna Molini e Slow Food Italia continuerà anche in occasione di Terra Madre-Salone del Gusto, l'evento organizzato da

Slow Food in programma al Lingotto di Torino dal 20 al 24 settembre 2018. Quest'anno l'azienda molitoria italiana parteciperà alla manifestazione come partner della Fucina Pizza & Pane, un'area didattica interamente dedicata a maestri pizzaioli e panettieri e ai prodotti da forno con oltre 30 Laboratori del Gusto, dove si affronteranno tematiche come la diversità nei grani teneri, le caratteristiche tipiche di un buon impasto e della lievitazione. Inoltre Agugiaro&Figna Molini, in collaborazione con Esmach, contribuirà alla creazione di uno spazio per la preparazione del pane al momento, che permetterà ai maestri panettieri di omaggiare sia i visitatori che gli espositori di un prodotto da forno sempre fresco. cod 56423

Agugiaro&Figna Molini
Strada dei Notari 25/27 - 43044
Collecchio (Pr) - Tel 0521301701
www.agugiarofigna.com

Pane Toscano Dop, nuovo look Qualità di sempre

Nuovi progetti per il **Consorzio del Pane Toscano Dop**, presentati in anteprima a Milano in una location che profuma di "casa", il ristorante **Toscanino, dove tutto, ma proprio tutto, è made in Tuscany**

di *Gabriele Ancona*

Il Pane Toscano ha acquisito la Denominazione di origine protetta nel 2016. Questi ultimi due anni hanno portato il Consorzio alla consapevolezza che una buona immagine e una buona comunicazione sono elementi fondamentali per far presa su un pubblico sempre più esigente. Ecco allora un anche nuovo logo, ridisegnato in maniera più comprensibile e un sito internet (**www.panetoscanodop.it**) facile da navigare, con tutte le informazioni utili, immagini, video e contatti.

A Milano il Consorzio era rappresentato dal direttore **Roberto Pardini**, che ha puntualizzato: «Questo è solo l'inizio di una fase di lancio di questa importante denominazione. Vogliamo far capire, non solo in Toscana, che il nostro è un prodotto di altissima qualità certificata. Il Consorzio tutela i consumatori e garantisce al 100% un prodotto d'eccellenza dove al centro troviamo i nostri grani insieme ai nostri panificatori. Ma questa azione non si può fermare solo alla comunicazione generica, deve per forza trovare radici profonde anche negli aspetti più salutistici legati a una buona alimentazione. Per questo ci siamo impegnati anche a creare progetti con ospedali e università. Una nuova grande iniziativa è stato pianificata di recente con l'Ospedale Pediatrico Meyer di Firenze per comunicare l'importanza di un'alimentazione corretta come fonte di benessere».

Il Pane Toscano Dop vanta infatti elevate qualità nutrizionali e organolettiche e facile e prolungata conservazione. È ottenuto dalla lavorazione con pasta acida ed è caratterizzato da un gradevole aroma dato da particolari composti risultanti dalle fermentazioni secondarie tipiche ed esclusive del lievito naturale.

Viene prodotto con il grano tenero coltivato nelle province di Livorno, Siena, Arezzo e Grosseto e altre zone che da sempre si contraddistinguono per la coltivazione del grano tenero. Essendo un pane sciapo è perfetto in abbinamento ai salumi e ai formaggi molto saporiti tipici della tradizione toscana. La sua mollica consistente permette inoltre di raccogliere sughi e contorni ed è l'ingrediente principale di alcune ricette tradizionali, come panzanella, pappa col pomodoro, ribollita e zuppa toscana proposte dalla cucina di Toscanino nel corso dell'incontro milanese.

Il Pane Toscano è riconoscibile non solo per le sue caratteristiche alla vista e al palato, ma prima di tutto per il marchio evidenziato sia da un bollo circolare che rappresenta la regione Toscana sia dagli involucri su cui è apposto il logo Pane Toscano Dop, sinonimo di garanzia e tracciabilità di filiera. cod 56268

Da Orobica Food una masterclass sulla pizza d'asporto sempre croccante

La sede di Orobica Food a Chiuduno (Bg) ha fatto da palcoscenico ad una masterclass incentrata sull'ultima novità che Molino Vigevano ha dedicato alla pizzeria d'asporto, una farina tipo 0 con all'interno germe di grano. Una miscela equilibrata, formata da farine di grano tenero selezionato, semola rimacinata di grano duro e germe di grano, per ottenere una pizza corposa e friabile, croccante e digeribile.

Orobica Food, azienda di distribuzione di prodotti alimentari per una ristorazione di qualità, collabora da tempo con Molino Vigevano e si impone anche nell'ambito pizzeria per gli ingredienti delle farciture, che fornisce a realtà sia italiane che estere: «Oggi il cliente finale cerca la qualità - sottolinea **Claudio Locatelli**, amministratore delegato di Orobica Food - e la nostra azienda negli anni ha selezionato per lui le migliori materie prime, dalle mozzarelle alle farine fino ai pomodori, ma anche salumi e formaggi».

Orobica Food distribuisce principalmente in Italia, ma negli ultimi cinque anni ha iniziato ad affacciarsi anche sul mercato estero: «Fuori dai nostri confini - spiega Locatelli - il Made in Italy è molto ricercato. Siamo riusciti l'anno scorso ad ottenere il 10% del nostro fatturato all'estero, in particolare nel Nord Europa».

La masterclass si è svolta nell'Academy di Orobica Food, uno spazio appositamente creato per seminari, workshop e laboratori: «Oltre alla formazione, le nostre aziende partner - afferma Locatelli - propongono novità e corsi di aggiornamento, anche in collaborazione con diversi cuochi stellati».

Di seguito le pizzerie che hanno partecipato alla masterclass:

- Bella Napoli - Gorle (Bg)
- Ari Pizza - Nembro (Bg)
- M. & F. snc - Cavenago Brianza (Mb)
- Bella Napoli 4 - Cenate Sopra (Bg)
- Che Storia snc - Romano di Lombardia (Bg)
- Pronto Pizza - Montello (Bg)
- Tommy srl - Capriate San Gervasio (Bg)
- Lo Scalo dei Sapori - Orio al Serio (Bg)
- Passione Pizza - Chiuduno (Bg)
- Millennium Pizza - Seriate (Bg)
- Pitz Stop - Valbrembo (Bg)
- Dolciaria Pina - Almenno San Bartolomeo (Bg)
- Pizza Express - Grumello del Monte (Bg)

cod 55859

Orobica Food
via della Castrina 1 - 24060 Chiuduno (Bg) - Tel 035 8361299
www.orobicafood.com

Con la pizza, non solo birra... Il vino regala ottimi abbinamenti

Pizza e birra, lieviti con lieviti, carboidrati con carboidrati... Ammettiamolo, in Italia si preferisce la birra in accompagnamento alla regina della cena fuori casa. Ma qualcosa sta cambiando. In primis il distinguo da fare è sulla base della pizza: tra rossa e bianca, l'abbinamento cambia. Scomodando il sommo Shakespeare, vi starete chiedendo se sia più nobile d'animo degustare una pils con una Marinara, o prender l'armi contro un mare di triboli e farsi sedurre dalle soavi bollicine di un Glera in abbinata all'evergreen Margherita con Bufala campana Dop.

Sulle tipologie di pizza a base rossa, data la presenza del pomodoro che di suo ha una tendenza acida, determinando in bocca una certa aggressività, questa deve essere smorzata dalla morbidezza del vino, facendo un abbinamento per contrapposizione. Per queste tipologie di pizza, soprattutto in estate, possiamo scegliere in carta un vino rosato, servito alla giusta temperatura, tra i 10 e i 12°C.

Tra le tante tipologie presenti nel nostro Paese, dal Lagrein Rosato Trentino Doc al centro Italia, dal Bolgheri Doc Rosato al Cerasuolo d'Abruzzo Doc a base Montepulciano, il rosato è una tipologia che merita un'attenzione particolare e a cui la Puglia risulta affezionata in modo speciale. Dalla Daunia al Salento, qui si produce la maggior parte del vino rosato nazionale. Via libera quindi a vini a base Nero di Troia e Montepulciano, come il Rosato Doc Orta Nova, il Rosato Doc San Severo o altri autoctoni regionali come Bombino Nero e Aglianico della Doc Castel del Monte, per arrivare più a Sud in Salento dove a farla da padrone è il Negroamaro nelle Doc Salice Salentino, Brindisi e Lizzano.

Sulle tipologie a base bianca che prevedono l'utilizzo di mozzarella fiordilatte o altri latticini freschi come stracciatella, burrata, Bufala campana Dop, bisogna invece tenere presenti le caratteristiche predominanti di questi ingredienti, ovvero la tendenza dolce, una sensazione molto delicata che deve essere ravvivata dalla freschezza gustativa del vino data dall'acidità che può essere coadiuvata dalla presenza dell'anidride carbonica e la grassezza, contrastata a sua volta dalle durezze del vino.

In questo caso l'abbinamento vino-cibo dovrà essere un abbinamento per contrapposizione, dunque... bollicine! Da nord a sud la proposta enoica nel panorama italiano è ampia: partendo dal Trentodoc con i suoi metodo Classico a base Chardonnay, si arriva alla Lombardia che del metodo Classico nel nostro Paese ha fatto la storia con la Docg Franciacorta; restando in regione non è assolutamente da sottovalutare il metodo Classico a base Pinot nero della Docg Oltrepò Pavese, con un'ampia scelta anche di bollicine rosé.

Spostandoci ad ovest, in una regione conosciuta a livello internazionale per i suoi rossi fuori categoria, in Piemonte c'è un altro "orgoglio", la Docg Alta Langa che produce spumanti metodo Classico molto interessanti. Dall'estremo opposto invece, in Veneto è il Glera la base dello spumante Charmat più conosciuto al mondo: il Prosecco. Fine ed elegante al naso, fruttato e floreale, sono le note che permettono l'abbinamento quasi perfetto. cod 56297

Orobica Pesca

Branzino e orata Ogm free

Da oltre 50 anni Orobica Pesca lavora nella selezione e controllo dei prodotti ittici, per garantire al consumatore un prodotto di primissima qualità, 100% GOP (Garantito Orobica Pesca). Grazie alla conoscenza maturata nel settore, arrivano "Branzino" e "Orata" a marchio Orobica Pesca allevati nel mare di Toscana. «I prodotti nascono dalla necessità di distinguere alcune eccellenze - spiega Ottavio Duzioni, responsabile C&C di Orobica Pesca - il fatto di volere identificare a nostro marchio due particolari prodotti è frutto di un lungo lavoro di selezione e collaborazione con l'allevamento. Questo brand vuole racchiudere non solo tutta la qualità e l'affidabilità che mettiamo nei nostri prodotti commercializzati, ma quel qualcosa in più che li distingue e per il quale noi possiamo garantire la veridicità al consumatore».

Questa, quindi, la vera chiave del prodotto a marchio, il fatto che ci sia una differenza sostanziale e soprattutto che sia "tutelata" la veridicità di quanto dichiarato da parte di Orobica Pesca, che pone il proprio nome.

Quali sono queste differenze? «Anzitutto l'Ogm... il nostro pesce non l'ha mai visto!», assicura Duzioni. «Tutta la filiera è Ogm free, significa che gli avannotti (i piccoli di orate e branzini) non sono assolutamente Ogm, e nemmeno il mangime che viene loro somministrato in ogni fase della crescita. Gli avannotti vengono allevati in gabbie a mare, nel mare pulito di Toscana, in modo il più possibile ecocompatibile, garantendo basse densità di allevamento, cosicché il pesce possa avere spazio per nuotare. Anche l'impatto a livello dell'ambiente circostante è quindi contenuto».

Un altro aspetto che fa la differenza è il mangime. Orate e branzini a marchio Orobica Pesca vengono nutriti esclusivamente con mangimi a base di pesce: «In allevamento il pesce viene nutrito nel modo più naturale e simile a come accadrebbe in libertà. Questo sforzo economico è ripagato dalla qualità della carne del prodotto finito, in cui il rapporto tra gli acidi grassi insaturi ("grasso buono") e saturi è molto simile a orate e branzini pescati». cod 56486

Orobica Pesca
via Bianzana 19 - 24124 Bergamo
Tel 035 4172811
www.orobicapesca.it

Grandi chef.

Piccoli segreti.

www.molinograssi.it

Segreto piccolo ma fondamentale: qb. La linea di farine biologiche e biodiverse unica al mondo, caratterizzata dall'equilibrio tra i grani più antichi e quelli più innovativi. Un mix perfetto di gusto e di valori nutrizionali. qb: quanto basta per rendere il pane speciale.

Prinz Gourmetline

Delizie dalle profondità del mare

Il "Carpaccio di mazzancolle con alghe Wakame", dal gusto delicato e prelibato, e il "Carpaccio di seppie al nero di seppia", sano, naturale, ricco di proteine e povero di grassi, sono due specialità di Prinz Gourmetline.

La mazzancolla è una particolare specie di gambero dal sapore più delicato e dalla carne più pregiata; l'alga Wakame è tra le alghe orientali più apprezzate, ormai molto utilizzate anche nella cucina occidentale grazie alle loro proprietà benefiche quali calcio, vitamine e altri importanti micronutrienti. Prinz Gourmetline, storica azienda altoatesina specializzata nella produzione di carpacci di pesce di alta qualità pronti per il consumo, lavora una mazzancolla certificata ASC & GAP e propone l'abbinamento con l'alga Wakame, seguendo così le tendenze moderne nel mercato del Seafood, sempre alla ricerca di prodotti innovativi e di qualità che soddisfino i gusti e le necessità dei consumatori e dei professionisti del settore, oggi sempre più attenti ed esigenti. Il Carpaccio di mazzancolle con alghe Wakame di Prinz Gourmetline è un prodotto sano e naturale, ricco di proteine e povero di grassi.

Il nero di seppia è un prezioso colorante naturale dal gusto intenso molto utilizzato nella cucina nostrana, che aggiunge un sapore marino e iodato ai piatti; la sua particolare cromaticità lo rende un condimento unico che viene rivisitato nelle sue forme più gourmet. Prinz Gourmetline propone questa specialità di mare nella sua forma più completa, sotto forma di Carpaccio di seppie al nero di seppia: un prodotto innovativo e di prima qualità che soddisferà i palati più raffinati.

Rigorosamente lactose free e gluten free, il Carpaccio di mazzancolle con alghe Wakame e il Carpaccio di seppie al nero di seppia si presentano in comodi rotoli da affettare, freschi o surgelati, da cui è possibile ottenere fino a 90 fette di prodotto pronto per realizzare sfiziosi piatti per ogni occasione. Pratici e convenienti, dall'antipasto fino al secondo piatto, soddisferanno i gusti e le esigenze di ogni cliente e di ogni professionista.

cod 56524

Prinz Gourmetline
Zona artigianale Förche 22/A - 39040
Naz-Sciaves (Bz) - Tel 0472 201828
www.prinz-italia.it

LE RADICI DEL CIBO

Piselli
Allegria in tavola

Origine antichissima, addirittura le prime testimonianze risalgono al 2000 a.C. in Asia Minore. L'Italia è uno dei principali produttori soprattutto in Emilia Romagna, Puglia, Sicilia, Campania e Veneto. I piselli appartengono alla famiglia delle Fabaceae, la medesima di fagioli, lenticchie, fave, lupini tutte accumunate per la presenza di baccello. Circa 250 le varietà coltivate che differiscono tra loro per forma e colore: il pisello di Mirandolo Terme sulle colline lodigiane affacciate sul Po; Nero di l'Ago in Liguria, Presidio Slow Food; i piselli di Lumignano nella riviera Berica in provincia di Vicenza, ma anche le taccole o fagiolini corallo, all'interno dei quali i semi si trovano ancora allo stadio embrionale; la roveja, legume antico coltivato su tutta la dorsale appenninica umbro-marchigiana, in particolare sui Monti Sibillini, Presidio Slow Food, che produce un baccello di colore viola scuro con piselli verdissimi, caratteristica comune al pisello olandese kapucijner che una volta seccato avrà piselli di colore marrone.

Versatili e gustosi, i piselli vengono tradizionalmente consumati freschi nel periodo di raccolta che va dalla primavera all'estate. Nel resto dell'anno è possibile comunque averli congelati, in barattolo di vetro, in lattina o ancora nella variante secca che richiedono un periodo di ammollo prima di essere cucinati. Vantano diverse proprietà benefiche che derivano dalle sostanze nutritive e i principi attivi in essi contenuti. Quelli freschi sono ricchi di sali minerali, vitamine e acqua e dispongono di fibre utili per il benessere intestinale. Sono composti per l'80% circa da acqua oltre che da carboidrati, proteine vegetali, fibre, sali minerali e vitamine. Apportano solo 52 kcal ogni 100 grammi di prodotto fresco.

di Piera Genta

I piselli si prestano alla realizzazione di molti piatti. Si abbinano con cereali come riso, farro e orzo per preparare gustose insalate fredde in primavera ed estate oppure piatti caldi in inverno. Si possono realizzare anche sformati, frittate oltre che zuppe, minestre o vellutate (per queste ultime preparazioni si prestano bene anche i piselli secchi e i baccelli). Fanno parte anche di ricette internazionali, come il riso cantonese o la paella spagnola.

In pittura sono rappresentati nel quadro di Georges de La Tour (1593-1652) "I mangiatori di piselli", figurano tra le merci offerte dalla "Fruttivendola" di Vincenzo Campi (1536-1591) e un baccello di pisello socchiuso, del quale si intravedono i semi, rappresenta la bocca de "L'Estate" di Arcimboldo.

cod 56548

Prima Blanca Debic, con la sua grande tenuta e il suo colore bianco naturale, è la regina indiscussa delle panne da montare, non solo in laboratorio, ma anche in cucina

Prima Blanca

Panna per dolci irresistibili

Prima Blanca è una panna omogeneizzata, al 38% di grassi, ottenuta per centrifuga da latte vaccino crudo 100% piemontese, caratterizzata da un altissimo potere sostenitivo e da una grande consistenza.

Studiata appositamente per la decorazione di torte, Prima Blanca è perfetta anche per realizzare mousse a base di frutta, bavaresi, morbidi gelati e dessert al piatto di vario tipo, come il Parfait al mango e frutto della passione con dacquoise al cocco.

cod 56485

FrieslandCampina Professional
via Paracelso 18 - 20864 Agrate Brianza (Mb) - Tel 039 6072500
www.debic.com/it

Parfait mango e frutto della passione con dacquoise al cocco

Ingredienti

Parfait al mango: 1 litro Parfait Debic, 200 g polpa di mango, 60 g zucchero invertito
Dacquoise al cocco: 225 g albumi, 180 g zucchero a velo, 90 g polvere di mandorle, 90 g cocco rapè, 45 g zucchero, 35 g farina
Glassa al mango e frutto della passione: 500 g Prima Blanca Debic, 500 g copertura avorio, 300 g sciroppo 30°BE, 300 g latte, 200 g polpa di mango, 110 g amido di riso, 100 g zucchero, 100 g sciroppo di glucosio 60DE, 100 g fruttosio, 100 g polpa di frutto della passione, 100 g Burro Concentrato White Debic

Preparazione

Parfait al mango: miscelare gli ingredienti freddi e montare.
Dacquoise al cocco: montare gli albumi, aggiungendo lo zucchero verso la fine. Incorporare delicatamente con la spatola la polvere di mandorle, il cocco rapè e la farina setacciate. Dressare dei dischetti di dacquoise del diametro di 5 cm. Cuocere in forno a 170°C a valvola chiusa per circa 12 minuti, aprire la valvola due minuti prima di sfornare.
Glassa al mango e frutto della passione: bollire il latte con zucchero, glucosio, fruttosio e amido di riso fino a inspessimento. Aggiungere le polpe di frutta e continuare la cottura fino alla prima ebollizione. Aggiungere il cioccolato tritato e emulsionare. Quando la crema raggiunge i 30°C aggiungere la panna Prima Blanca Debic fredda e lo sciroppo a 20°C. Emulsionare aggiungendo il Burro Concentrato White Debic fuso a 40°C a filo.

Montaggio e finitura

Dressare all'interno degli stampi di silicone il parfait al mango, mantenendo la crema al di sotto del bordo di 1 cm. Quindi chiudere con la dacquoise al cocco. Abbattere in negativo, sformare e glassare con la glassa al mango e frutto della passione. Posizionare sul piatto di presentazione, avvolgere la monoporzione con dei fili di cioccolato avorio e decorare a piacere.

OROBICA PESCA

PRODOTTI ITTICI E SPECIALITA' ALIMENTARI DI ALTA QUALITA'

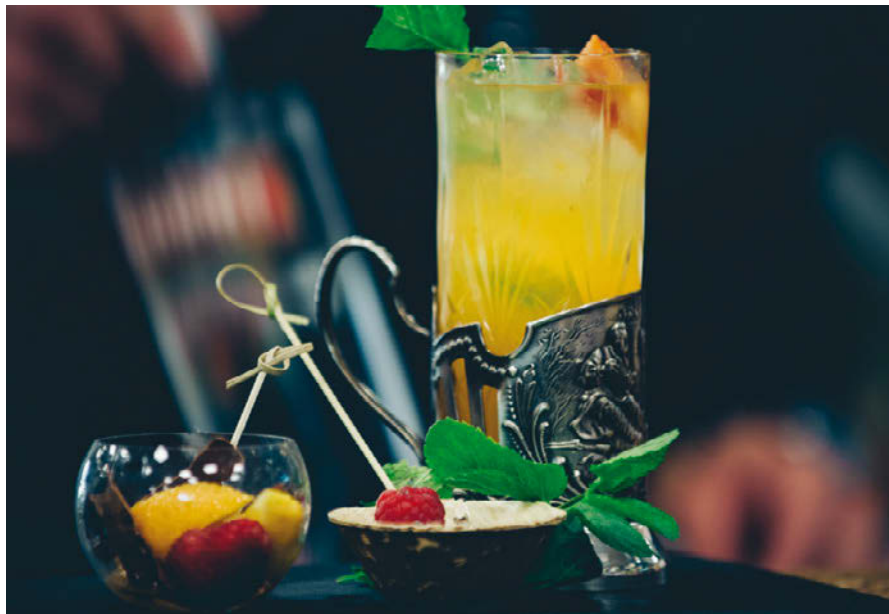
Prodotti ittici da tutti i mari del mondo. Freschi, congelati affumicati, in salamoia, selezionati e garantiti da 50 anni di attività. Orobica Pesca: la prima scelta del pescato di tutti i mari italiani ed esteri, una freschezza assicurata dai nostri approvvigionamenti giornalieri e dai controlli costanti del nostro veterinario interno, responsabile qualità. E in più, oltre 2000 specialità alimentari: carne fresca e congelata, salumi, latticini, torte, prodotti di pasticceria, verdura fresca, congelata e in scatola, prodotti di gastronomia, pasta secca, fresca o surgelata, spezie, condimenti, bevande e accessorida cucina. Una scelta infinita.

AZIENDA CERTIFICATA
ISO 9001:2008

IL CASH&CARRY Via Bianzana, 19 Bergamo
Servizio Clienti Tel. 0354172611 Fax 0354172619 Emai ordini.clienti@orobicapesca.it

BERGAMO	BERGAMO	CAPRIATE S.G.	CLUSONE	TREVIGLIO
Via Bianzana, 19	Via Iv Novembre, 68	Via Papa Giovanni XXIII,4	Viale Gusmini, 3	Via Terni 47,B
Tel.0354172651	Tel.035257132	Tel.0290929430	Tel.034625985	Tel. 0363598554

www. orobicapesca.it info@orobicapesca.it

COCKTAIL IN THE WORLD MIXOLOGY

Gli ingredienti per una carriera da barman sono la passione, l'impegno, il sacrificio e la voglia di non smettere mai di imparare e migliorarsi. È così che Danny Del Monaco è riuscito a diventare Campione del mondo Bacardi Martini Gran Prix 2002 e a cucirsi sul petto titoli nazionali e prestigiosi riconoscimenti, compreso quello di personaggio dell'anno 2016 assegnato da "Italia a Tavola". Successi su successi che corrono di pari passo con l'attività portata avanti dallo staff impegnato no-stop ad allestire cocktail catering sorprendenti. Emozionare è la parola d'ordine alla base di ogni evento griffato "Cocktail in the World Mixology", la cui missione è quella di "inebriare" di sensazioni, profumi e sapori la clientela. "Siamo in grado di organizzare sia cocktail ricercati ed intimi per pochi ospiti, sia party e grandi eventi per migliaia di persone. Abbiamo allestimenti per ogni occasione con scenografie adatte per qualsiasi esigenza". Dalla spiaggia ai castelli, passando per dimore storiche, grazie all'esperienza, alla disponibilità e all'estro dello staff, qualsiasi evento, ricevimento, party privato, inaugurazione di locali finirà per essere indimenticabile. "Cocktail in the World Mixology", è anche in grado di accompagnare gli imprenditori nel difficile percorso di apertura di un locale garantendo una consulenza a 360° dall' allestimento personalizzato del proprio bar, al business plan, alla scelta dei fornitori e alla promozione del brand made in italy, garantendo con la propria esperienza le migliori soluzioni per un traguardo lavorativo e una filosofia del buon bere tipica italiana.

Olio Italico

Molto rumore per nulla Intanto a soffrirne è tutta la filiera

Tanto tuonò che piovve... così **Socrate** in una frase oramai divenuta celebre. **Fa solo ridere (per non piangere a dirotto) il teatrino** che "amorevolmente" ha animato le relazioni **tra le varie associazioni di categoria**, le quali **"dovrebbero" promuovere**, divulgare e soprattutto **difendere l'olio extravergine italiano**

di Fausto Borella

Tutto è partito dalla proposta di Federolio insieme a Coldiretti di creare una filiera che produca olio 100% italiano per il 50% della composizione, un'iniziativa che da sola ha destato gli attacchi delle aziende e delle associazioni di riferimento.

Ma davvero voi presidenti, direttorini, consiglieri, responsabili di quell'ente, quell'associazione, quell'unione e quant'altro, volete offendere l'intelligenza delle centinaia di migliaia di produttori seri che costellano il nostro meraviglioso Paese? E davvero credete che noi, che facciamo comunicazione da anni, per raccontare un olio, vero, puro, artigianale, quell'olio che esce dalle oltre cento milioni di piante sparse in 18 regioni italiane, non sappiamo che questo sia solo "tanto rumore per nulla"?

Quindi lo scandalo adesso è che l'olio italiano potrebbe essere smerciato a pochi euro al litro? Ma da quant'è che esiste la borsa dell'olio di Bari? Non mi sembra che si sia mai gridato allo scandalo prima di oggi. Finché non si toccano gli interessi di tanti, tutto tace,

dopodiché inizia una guerra fratricida inimmaginabile.

Quando iniziai 17 anni addietro con Veronelli, cercando di far conoscere l'olio di eccellenza italiano, andammo con sette televisioni e una ventina di giornalisti nel porto di Monopoli per fermare le navi che arrivavano periodicamente a scaricare olio comunitario che poi, in una maniera o in un'altra, arrivava sulle tavole delle nostre famiglie. Quel giorno non attraccò nessuna nave, strano. Eppure nel corso degli anni abbiamo fatto alcuni passi significativi: nel 2001 si conoscevano a mala pena alcune varietà olivicole per regione. Oggi sappiamo che c'è un numero certo come 538 cultivar che coprirebbero, se solo le producessimo in maniera corretta, oltre il 42% della produzione mondiale.

Ma non abbiamo fatto i conti con le speculazioni, gli incentivi, i fondi comunitari e tutto quello che poteva distrarre l'olivicoltore - esasperato da registri, codici e leggi - dal produrre un olio vero, senza essere sopraffatto dalla burocrazia. Quindi conviene di più ammattire per produrre un litro d'olio che in centro Italia costa più di 15 euro al litro o abbandonare gli oliveti, come succede in Toscana e Umbria, aspettando che arrivino i confezionatori?

Non possiamo maledire adesso le colpe che abbiamo avuto vent'anni fa. Non dobbiamo lasciarsi irretire dalle Scilla e Cariddi di turno che ci raccontano che con il super intensivo spagnolo risolveremmo i nostri problemi. In questo periodo nella piazza più bella di Lucca raccontiamo a mille stranieri al giorno come sono buone le monocultivar e gli oli di eccellenza della Toscana e d'Italia. Prima però gli stessi stranieri assaggiano sia all'olfatto sia col pane i vari oli al prezzo di 4 euro: esatto, proprio quegli oli che vogliamo svendere

come italiani. E qual è il risultato? Una volta capito l'inganno, acquistano bottiglie che costano non meno di 16 euro per mezzo litro, fino ad arrivare a 22 euro. Vi sembra una follia? No di certo.

Questo accade grazie ad una costante e continua volontà di far assaggiare l'olio buono, raccontando un territorio vero e persone dietro la bottiglia che ci mettono la faccia. Non più marchi farlocchi e nomi dall'italian sounding improbabile. Se vogliamo preservare un Paese meraviglioso come il nostro dobbiamo tutelarlo sempre. Ci stiamo riuscendo con i migliori vini, chiamandoli con il nome del vitigno: dobbiamo fare lo stesso sforzo con le cultivar solo italiane che danno profumi eccezionali. Sfido chiunque a dirmi il contrario: nessuno al mondo ha le potenzialità che abbiamo noi, tra le quali quella di abbinare dei monovarietali tutti italiani e di eccellenza a siti archeologici e storici di impareggiabile meraviglia; è questo uno dei motivi per i quali continuiamo ad avere milioni di turisti da tutto il mondo.

Qualche esempio: la Casaliva del lago di Garda e il Vittoriale di D'Annunzio; la Bianchera del Friuli e il Golfo di Trieste; La varietà frantoio e Firenze; quella Maurino e Lucca; Moraiolo con Assisi, Umbria; Caninese con Vulci; Tortiglione con l'Abruzzo; la Carboncella a Roma e vicino ai Castelli Romani; Ortice con Paestum, Raccioppella con Pompei; Peranzana accanto ai Castelli Federiciani della Puglia; la Coratina con Bari e Castel del Monte; l'Ogliarola nel Salento; l'Ogliarola, del Bradano, con la Capitale europea della cultura Matera; la Tondina con Altomonte; la Cassanese nel Parco Nazionale della Sila; l'Ottobratica a Reggio Calabria, e a Tropea, naturalmente; la Nocellara con Segesta, Selinunte; la Tonda Iblea con Ragusa Ibla e Siracusa.

Mi scuso infinitamente per non aver citato le altre centinaia di varietà e soprattutto i luoghi magici che danno loro i natali. Finché il consumatore non richiederà di assaggiare un vero olio profumato e persistente, magari monovarietale, che ha un prezzo dignitoso per chi lo ha prodotto, continuerà questo teatrino di rimpallo di responsabilità tra questi enti che pensano solo ai loro profitti. cod 56466

QUATTROERREGROUP

Quattroerre Group Passione vino

Una **vasta gamma di prodotti italiani** ed **esteri** rispondenti alle **esigenze avanzate del canale Horeca** sul mercato italiano e internazionale.
Dal 1982 Quattroerre Gruop distribuisce vini, birre, distillati, grappe e bevande

L'obiettivo del fondatore Dino Rota era creare un'efficace connessione commerciale tra produttori e consumatori del mercato vinicolo bergamasco. I figli Maurizio, Luca, Giampietro ed Enrico hanno quindi incominciato presto a lavorare in azienda formando un'équipe specializzata. La loro attitudine a cogliere i segnali di evoluzione del gusto e del mercato si è manifestata fin dall'inizio e ha lanciato l'azienda di Torre de' Roveri (Bg) verso una crescita ininterrotta. Quattroerre Group oggi è una realtà d'impresa con un organico medio di oltre 40 persone che opera con successo nel nord Italia, espande la propria attività in Europa e si affaccia ai mercati internazionali. Sono oltre 2 milioni i litri di bevande venduti ogni anno e più di 1.000 i punti vendita serviti nel nostro Paese.

Quattroerre seleziona vini della grande tradizione enologica italiana ed europea e interessanti novità internazionali, offrendo ai clienti la possibilità di individuare soluzioni adatte ai locali e ai consumatori. L'ampia possibilità di scelta favorisce inoltre l'individuazione di prodotti distintivi nel confronto con la concorrenza e un rapporto qualità/costo appropriato al business.

All'azienda fanno capo due marchi principali: Villa Domizia, dedicato ai vini del territorio, che vede in ".UNO" (Punto Uno) Manzoni Bianco Terre del Colleoni Dop il suo prodotto più rappresentativo, e Villa Erica, orientato agli spumanti e ai vini alla spina. Villa Domizia è il segno distintivo con cui la passione e l'esperienza dei fratelli Rota interpretano il desiderio di rivalutare i vini del territorio.

La loro sfida legata al mondo enologico bergamasco oggi abbraccia ben tre denominazioni - Valcalepio Dop, Terre del Colleoni Dop e Bergamasca Igp - a cui si affianca anche una selezione del distillato italiano per eccellenza, la grappa. Villa Erica, invece, produce spumanti di qualità e distribuisce vini per la spillatura.

«Distribuiamo vino in fusti per la spillatura dal 1985 - sottolinea l'azienda - assicurando la conservazione della genuinità del prodotto fino alla mescita, affinché siano esaltate le caratteristiche originali». La distribuzione in fusti rappresenta un ritorno alle origini, quando il vino viaggiava in botte o in damigiana. La funzione ammaliante del packaging viene rimossa e la bontà del prodotto diviene l'unico fattore di soddisfazione del consumatore. La bottiglia, infatti, non è l'unico mezzo per mescere vino nei locali pubblici, anche perché la ripetuta apertura del contenitore lo espone all'ossidazione alterandone il gusto. Coniugare qualità, genuinità e costi è pertanto la sfida di questo momento storico: la spillatura consente di distribuire ottimi prodotti a prezzi competitivi, conquistando nuovi consumatori.

Quattroerre installa impianti di spillatura progettati e realizzati con la componentistica più avanzata dal proprio team di tecnici specializzati. Per ottenere la massima qualità e affidabilità gli impianti sono premontati su pannelli con metodo industriale, seguendo procedure che consentono il controllo di ogni dettaglio. Gli interventi di assistenza post installazione sono così ridotti al minimo, a vantaggio della continuità del servizio e della qualità della spillatura. In caso di necessità gli operatori intervengono tempestivamente.

Alla spina, in piccoli fusti da 24 litri, Villa Erica propone vino bianco (prodotto in prevalenza con uve Pinot bianco), bianco frizzante (Chardonnay) e rosso (Cabernet e Merlot). La qualità della mescita è garantita dal fusto PolyKeg 100% Pet, recipiente usa e getta eco-friendly totalmente riciclabile, compatibile con gli impianti di spillatura, maneggevole, resistente agli urti e alla pressione. Assicura inoltre la conservazione del vino nella distribuzione su lunghe distanze e la perfetta qualità della mescita.

Villa Erica in bottiglia propone agli operatori professionali Moscato bianco aromatico dolce (100% Moscato bianco), Prosecco Extra Dry Treviso Doc (100% Glera), Prosecco Brut Treviso Doc Millesimato (100% Glera). cod 56348

Maurizio, Luca, Giampietro ed Enrico Rota

MAURIZIO ROTA

«Siamo sempre accanto al cliente, con i fatti. Prima, durante e dopo la vendita»

LUCA ROTA

«Abbiamo creato il centro di formazione perché crediamo che la professionalità sia decisiva per il successo imprenditoriale»

GIAMPIETRO ROTA

«Il nostro punto di osservazione ci consente di confrontare una molteplicità di esperienze diverse. Un patrimonio di conoscenza oggettiva del mercato che mettiamo a disposizione dei nostri clienti»

ENRICO ROTA

«Siamo radicati nel territorio. La nostra passione è selezionare vini, birre e distillati valorizzando la grande tradizione nazionale, ma anche l'innovazione. Anticipiamo l'evoluzione del gusto»

".UNO" Incrocio Manzoni Villa Domizia

Risale all'estate del 2015 l'importante novità per quel che riguarda il mondo dell'enologia del territorio bergamasco. Una novità che dimostra che, quando dei leader si uniscono, i progetti sono all'avanguardia e decollano velocemente. I protagonisti in questo caso sono due delle realtà più attive per quel che riguarda l'innovazione enologica nella bergamasca: la Quattroerre Group di Torre de' Roveri e la Cantina Sociale Bergamasca di San Paolo d'Argon.

Le due aziende hanno dato vita a un progetto ventennale che comprende la ristrutturazione e la lavorazione in comune di un vigneto di quasi 10 ettari nel comune di Scanzorosciate. La novità riguarda la filosofia che hanno scelto di seguire: il vigneto è coltivato allo scopo di ottenere una produzione biologica, nel pieno rispetto di quello che, ad ogni effetto, può essere considerato un vero e proprio giardino in mezzo al centro abitato. Strategie chiare quindi, sempre con una visione lungimirante per anticipare le evoluzioni del mercato, soprattutto quello estero.

Fu il professor Luigi Manzoni che, a partire dal 1924, cominciò per la prima volta in Italia una lunga serie di sperimentazioni sulla vite tramite incrocio con l'intento di individuare nuove varietà. Gli incroci vennero contraddistinti con 2 numeri: il primo indicante il filare e il secondo il numero del ceppo sul filare. Successivamente, tra il 1930 e il 1935 gli incroci, per distinguerli da quelli della prima serie, furono identificati da Luigi Manzoni con 3 cifre di cui la seconda è sempre lo 0. La migliore combinazione di questa serie risultò essere Riesling renano x Pinot bianco, conosciuta oggi come Manzoni Bianco 6.0.13 o più semplicemente "Incrocio Manzoni". Da questa lunga sperimentazione prende vita "Punto Uno".

«L'idea che prese forma - spiega Giampietro Rota - era quella di produrre un bianco semiaromatico che non avesse nulla da invidiare ai bianchi blasonati oggi assai famosi. Il Manzoni Bianco ha notevoli capacità di adattamento a climi e terreni anche molto diversi tra loro, preferendo comunque quelli collinari, non compatti, profondi, freschi e fertili, ma che generano una produzione contenuta. Nel perfetto ed armonico rispetto del disciplinare di produzione "Terre del Colleoni", abbiamo voluto pensare a un vino con delicati sentori di frutta tropicale e albicocca, avendo però come sua peculiarità principale la lunghezza e la persistenza al gusto».

Quattroerre Group
via Marconi 1 - 24060 Torre de' Roveri (Bg) - Tel 035 580701
www.quattroerre.com

Librandi e la Calabria

Una storia d'amore, di vino e di territorio

A **Cirò Marina** (Kr), con **affaccio sul mar Ionio**, ha casa (e cantina) l'**azienda Librandi**, **leader vitivinicolo in Calabria**, capace di unire l'**amore per il territorio** con una **storia fatta di valori e di radici profonde**

Paolo (commerciale), Teresa (amministrazione, finanza e controllo), Raffaele (commerciale), e Francesco (logistica) Librandi

La gestione della cantina è da sempre familiare: guidata fino al 2012 dai fratelli fondatori Antonio e **Nicodemo Librandi**, è oggi (dopo la scomparsa del primo) portata avanti dalla seconda generazione, fatta da cugini: **Paolo** e **Raffaele** (figli di Nicodemo) e **Francesco** e **Teresa** (figli di Antonio).

Una sola famiglia che ha saputo dividersi ruoli e competenze e che è attenta ad ogni aspetto del lavoro, dal singolo chicco d'uva alla commercializzazione di quelle che sono quasi 2 milioni e mezzo di bottiglie. Una famiglia, simbolo di un territorio, che ha per obiettivo la valorizzazione di un'area dove il vino è una pratica antica, ma che è forse giunto per ultimo in Italia a dare il giusto valore a questa tradizione. Un risultato che oggi si comincia ad avvertire con la commercializzazione di ottimi vini anche da parte di piccoli produtori che nell'esempio dei Librandi hanno trovato lo stimolo e la forza per affermarsi.

Parlare dei Librandi vuol dire rifarsi all'unica cantina che da tempo ha dedicato risorse e ricerche per recuperare vitigni autoctoni e dare nuovo valore alla tradizione antica dei vini calabresi. Uno sforzo che in passato aveva portato i fratelli Antonio e Nidodemo, veri precursori, ad avere il sostegno di personaggi come Luigi Veronelli o di entrare in collaborazione con nomi di spicco come Attilio Scienza e Donato Lanati, enologo dell'azienda. Un impegno che negli anni è cresciuito in termini di aree coltivate e di tipologie di vino.

Oggi parliamo di una proprietà di 350 ettari (232 vitati, 80 a uliveto e i restanti boschivi), costruita nel tempo, che ha il proprio cuore pulsante all'interno della Doc Cirò, ma che negli anni si è espansa nella Doc Melissa e nella Igt Val di Neto, con l'obiettivo di valorizzarne territori diversi e diverse varietà.

Tutto è cominciato nella piccola cantina di via Tirone a Cirò (1953), due anni dopo l'acquisto dell'azienda Duca Sanfelice e l'ingresso a tutti gli effetti nella Doc più rappresentativa della Calabria; poi, una serie di nuove conquiste: inaugurata una nuova cantina nel 1975, la nascita del Duca Sanfelice Cirò Rosso Riserva nel 1983, mentre nel 1985, dopo l'acquisto dell'azienda Critone, l'arrivo delle prime annate di vini che hanno fatto la storia dell'azienda, il Gravello, il Critone e Terre Lontane. Parliamo di vini

Nicodemo Librandi

per molti versi unici e che anche recentemente hanno dimostrato di reggere alla grande la sfida del tempo, sfatando le false convinzioni secondo cui i vini calabresi non possano reggere l'invecchiamento. Basta un incredibile Duca Sanfelice del 1995 per capire che il Cirò ha un potenziale enorme, che però non è valorizzato nel prezzo che resta troppo basso per le qualità che ha.

Poi ancora nuove etichette, nuove bottiglie, oli extravergini d'oliva: un percorso di crescita costante, con un'altra punta nel 2007, anno dell'imbottigliamento dei primi due spumanti metodo classico, Rosaneti e Almaneti.

Una crescita costante e implacabile, che ad oggi si concretizza in sei diverse tenute per sei diverse espressioni. Critone, tenuta madre dei grandi vini simbolo dell'azienda; Ponta Duca Sanfelice, dove tutto è cominciato, negli anni '50; Pitaffo, 10 ettari di terreno che abbracciano il mare; San Biase, sei ettari nell'entroterra della Doc Cirò; Brisi, un ettaro e mezzo da sempre considerato tra i più vocati alla coltivazione della vite. Manca solo Rosaneti, cuore pulsante dell'azienda, con 155 ettari di vigneto e microzone ben definite. All'interno di questa tenuta così rappresentativa, un "giardino varietale" con 200 varietà recuperate su tutto il territorio regionale. Qui a Rosaneti, anche un museo del vino e della tradizione contadina che è l'orgoglio del patriarca Nicodemo, indomabile per grinta, tenacia e amore per la sua terra.

Che si prenda l'ordinata geografica e si considerino quindi le differenze per territorio, che si consideri invece l'ascissa temporale e si scorgano i momenti salienti della storia di Librandi, non si può non notare un amore incondizionato per la terra, portato avanti da generazioni, che culmina in una produzione realizzata in una sola cantina, immersa

in uno scenario di colline che creano paesaggi suggestivi e dalle quali si può intravedere il mar Ionio (con tutta l'influenza che questo può avere sui vini): 7mila mq di estensione, dotata delle migliori tecnologie, con una capacità di stoccaggio di circa 54mila ettolitri.

Ma più un'azienda cresce, più è importante si avvalga di soci fidati: ecco allora che nel 2008 ha preso vita l'associazione "I Vignaioli del Cirò", quei conferitori che da quell'anno condividono tante conoscenze, le giuste strategie ed un chiaro scopo, fornire il massimo della qualità atta a valorizzare il territorio. Parliamo di 42 vignaioli, i cui vigneti si estendono dal litorale marittimo alla valle interna che abbraccia Cirò, che hanno valorizzato la coltivazione ad alberello (fortemente voluta da Nicodemo). Una zona paesaggistica che da sola merita una visita in Calabria e che oggi è all'insegna di una viticoltura organizzata e moderna che garantisce reddito e lavoro ai produttori. È una visione più ampia rispetto all'interesse aziendale, quella che aveva spinto i Librandi a organizzare i conferitori, e oggi i risultati ripagano gli sforzi fatti. Un po' come è stato nelle cantine di famiglia, dove il centinaio di dipendenti è stato sempre considerato valore aggiunto, da tenere stretto e fare crescere in competenze e professionalità. Oggi Nicodemo viene riconosciuto come uno dei pionieri dell'enologia calabrese, dopo essere stato controcorrente per i più, mentre il figlio Raffaele è stato chiamato a guidare il Consorzio del Cirò che nei Librandi trova la forza propulsiva che sta imponendo la qualità dei vini calabresi non solo nella regione o all'estero, ma anche in tutta la Penisola. cod 56450

Librandi
strada statale 106 Jonica - 88811 Cirò Marina (Kr) - Tel 096 231518
www.librandi.it

Tenute Orestiadi
Espressioni della biodiversità siciliana

Un'altra edizione (la seconda) di successo per lo **Scirocco Wine Fest**, un'altra soddisfazione per **Cantine Ermes, promotrice dell'evento** e punto di riferimento per la **valorizzazione del territorio siciliano nel calice**

di *Alberto Lupini*

A dare un'idea del peso che la società cooperativa esercita sull'isola mediterranea per antonomasia, bastano alcuni numeri: 2.008 viticoltori per 9.141 ettari di vigneto, di cui 2.539 coltivati in biologico, e soprattutto 10 milioni di bottiglie.

Ma Cantine Ermes non è solo vino, è anche territorio e tutto ciò che lo rende eccellenza del Made in Italy: ecco infatti che allo Scirocco Wine Fest, protagonisti sono stati anche la cucina, con nomi di rilievo quali Giuseppe Costa e Vincenzo Candiano (rispettivamente una e due stelle Michelin), l'arte e addirittura il web (ospite della rassegna, il Sicily web festival). Migliaia le persone che hanno partecipato a questa seconda edizione, tanti gli eventi collaterali e altrettante le declinazioni enogastronomiche in rappresentanza dei sei Paesi coinvolti, Francia, Grecia, Italia, Malta, Spagna e Turchia, tutti chiaramente sul Mediterraneo. E anche quest'anno Cantine Ermes è stata promotrice di questa grande iniziativa, con l'evidente aspirazione a comunicare innanzitutto il proprio amore per la propria regione d'appartenenza. A dimostrarlo sono le diverse linee lanciate sul mercato dalla società agricola, prima tra tutte quella di Tenute Orestiadi, vini di alta qualità dedicati all'Horeca e capaci di raccontare la Sicilia nel calice: «Noi oggi - ha spiegato il presidente di Cantine Ermes, **Rosario Di Maria** - proponiamo gli autoctoni, quei vini che valorizzano il nostro territorio, come il Catarratto, il Perricone, il Frappato e lo Zibibbo».

A completare l'offerta vinicola di Cantine Ermes - Tenute Orestiadi, anche Grillo e Nero d'Avola: sei etichette che insieme rappresentano tutto il mondo enologico siciliano. A conferire questo ruolo "rappresentativo" ai vini della società cooperativa, l'ampio numero di conferitori da ben tre province, che permettono una scelta più mirata delle uve da vinificare: «La nostra forza comincia dalle macroaree che raggiungiamo, distribuite tra le province di Palermo, Trapani e Agrigento, e raggiunge il suo apice nella capacità di selezionare da queste aree uve della massima qualità, sia per territorio che per vitigno».

A portare avanti quest'attenta selezione, così da garantire il miglior prodotto possibile al consumatore finale, è la grande squadra che Cantine Ermes ha formato nel corso degli anni: «Il nostro gruppo di enologi è formato da sei esperti, coordinati dal direttore Giuseppe Clementi, mentre il gruppo degli agronomi, sempre sei, è diretto da Francesco Drago». Proprio questa squadra, unita, gestisce «tutti i nostri 2mila soci», anche grazie ad un programma denominato Enogis.

«Enogis ci permette di mappare e tracciare tutti i terreni della nostra realtà, di comunicare con i nostri soci in

modo da far sapere loro quali varietà è necessario conferire, da quale altitudine prelevarle e a che ora farle arrivare in cantina». Un'organizzazione perfetta, che evidentemente si affaccia al mondo del vino con uno sguardo imprenditoriale.

«La nostra cantina - continua il presidente - nasce esattamente 20 anni fa per volontà della nostra famiglia, ma anche per merito di una sinergia che al tempo si era creata con una cinquantina di soci che hanno creduto in noi». Ad oggi Cantine Ermes è riuscita a crescere in maniera esponenziale proprio grazie al ruolo di guida che esercita sui propri soci: «Oggi le cooperative devono essere gestite partendo da una "testa" che prende determinate decisioni costantemente e a lungo termine, non quella volta ogni cinque anni, quando si cambia presidente», con il solo scopo di cambiare rotta rispetto a chi c'è stato prima.

Maturità, indubbiamente, dovuta principalmente a tanta esperienza e a tanti meccanismi di successo, come, ad esempio, il gioco di squadra: «Siamo cresciuti molto negli ultimi tre anni, e con noi è cresciuto il numero dei nostri soci. Tramite diverse fusioni che abbiamo attivato con cantine in difficoltà, abbiamo valorizzato prodotti e territori» che meritano e che rappresentano quell'eccellenza siciliana di cui Cantine Ermes si fa ambasciatrice.

Per Cantine Ermes - Tenute Orestiadi e Fondazione Orestiadi, con sede a Gibellina (comune che ha ospitato lo Scirocco Wine Fest), lo scopo è uno: rilanciare, cominciando dal vino, il patrimonio artistico e culturale del Mediterraneo. cod 56419

Tenute Orestiadi
viale Santa Ninfa - 91024 Gibellina (Tp)
Tel 092 469124
www.orestiadisrl.it

2018 Decanter WORLD WINE AWARDS

È stata un'edizione di **buoni successi per l'Italia** quella 2018 di Decanter World Wine Awards, **uno dei concorsi più attesi** nel panorama vinicolo internazionale. **La Francia è sempre al comando**, ma il gap si accorcia

Super-platino a 6 italiani

Sono state sei le menzioni speciali conquistate dai vini italiani nella categoria "Platino-Best in show", il riconoscimento più prestigioso. Nella 15ª edizione del concorso enologico legato alla celebre rivista britannica, l'Italia ha portato a casa complessivamente 2.128 medaglie, confermando che il nostro Paese continua ad essere uno dei produttori di vino più popolari e assidui al mondo ed evidenziando la sua ricchezza, costituita da importanti regioni produttrici di vino. Oltre ai sei "Best in show", l'Italia ha ottenuto 29 medaglie di platino (tra cui l'Alto Adige Sauvignon Doc Riserva 2015 di Cantina Bolzano, il Grosjean Vigne Rovettaz Cornalin 2016 Valle d'Aosta Doc di Grosjean Vins e il Furore Bianco Fiorduva Costa d'Amalfi Doc di Cantine Marisa Cuomo), 54 d'oro (tra cui il Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Cuvée del Fondatore Brut 2017 di Graziano Merotto), 608 d'argento e 1.431 di bronzo.

Il numero maggiore di medaglie è andato alla Francia, che ancora una volta sottolinea la sua eccellenza con un totale di 2.580 riconoscimenti, tra cui 12 Best in Show, 22 medaglie di platino e 87 d'oro. I vini spagnoli si sono difesi valorosamente ricevendo un totale di 1.331 medaglie, tra cui ben 9 Best in Show. Il vicino Portogallo ha portato a casa 420 medaglie, di cui 5 Best in Show. Insieme all'industria vinicola, per il Regno Unito continua a crescere anche il numero di prodotti presentati al Dwwa. Il 2018 ha infatti portato medaglie a un totale di 118 vini britannici sui 138 degustati, comprese 3 medaglie di platino assegnate agli spumanti inglesi.

L'elenco completo dei vini premiati è pubblicato su **www.italiaatavola.net**. Per vederlo inserisci nel campo di ricerca il codice 56075

Alto Adige Sauvignon Doc Riserva 2015

MEDAGLIA DI PLATINO

Uve: 100% Sauvignon Blanc
Vinificazione: pressatura soffice delle uve, fermentazione alcolica in grandi botti di legno
Invecchiamento: 12 mesi in tonneaux e botti grandi
Colore: giallo paglierino con riflessi verdognoli
Profumo: note di frutto della passione, uva spina, fiori di sambuco, erbe aromatiche, raffinati sentori lignei
Sapore: suadenza glicerica e freschezza minerale, succosa ed elegante persistenza aromatica
Gradi: 15% vol
Servire a: 8-10°C
Abbinamenti: pesce al forno, piatti saporiti a base di carne bianca e formaggi freschi

Cantina Bolzano
via San Maurizio 36 - 39100 Bolzano
Tel 0471 270909
www.kellereibozen.com

Medaglia di platino per il Sauvignon Riserva 2015 di Cantina Bolzano

● Ai Decanter World Wine Awards il Sauvignon Riserva Alto Adige Doc 2015 di Cantina Bolzano ha trionfato conquistando la medaglia di platino e posizionandosi tra le più alte eccellenze del panorama enologico mondiale. La giuria del rinomato concorso enologico organizzato dalla rivista britannica Decanter, composta da master of wine e master sommelier provenienti da tutto il mondo, ha assegnato al Sauvignon Riserva 2015 ben 97 punti, confermando l'alta qualità dei vini di Cantina Bolzano.
Sono 220 i soci viticoltori protagonisti della produzione vinicola che ha reso Cantina Bolzano un riferimento per l'Alto Adige e che, grazie ad un attento lavoro di selezione in vigneto, conducono l'azienda a conquistare riconoscimenti nazionali e internazionali.
È nello splendido panorama delle Dolomiti, riconosciute come patrimonio mondiale Unesco, che tra qualche mese verrà inaugurato il nuovo sito produttivo di Cantina Bolzano: un edificio perfettamente integrato nella superficie collinare circostante che sfrutterà la pendenza del suolo per realizzare il processo di lavorazione a caduta dell'uva. Sarà la prima cantina produttori ad avere la certificazione CasaClima Wine.

cod 56444

Grosjean Vigne Rovettaz Cornalin 2016 Valle d'Aosta Doc

MEDAGLIA DI PLATINO

Uve: 100% Cornalin
Vinificazione: con uve diraspate, macerazione con le bucce per 12/15 giorni con tre rimontaggi al giorno a temperatura controllata
Affinamento: in vasca troncoconica di legno
Colore: rosso rubino intenso
Profumo: fine e ampio che ricorda le spezie e l'essenza aromatica del tabacco
Sapore: morbido e pieno al palato, gradevolmente tannico, persistente e con un'acidità molto bassa
Gradi: 13.5% vol
Servire a: 18-20°C
Abbinamenti: ideale con le carni, ottimo con le zuppe tipiche locali, si sposa bene anche con alcuni formaggi valdostani

Grosjean Vins
fraz. Ollignan 2 - 11020 Quart (Ao)
Tel 0165 775791
www.grosjeanvins.it

Furore Bianco Fiorduva Costa d'Amalfi Doc

MEDAGLIA DI PLATINO

Uve: 40% Ripoli, 30% Fenile, 30% Ginestra
Vinificazione: le uve surmature vengono raccolte manualmente e giungono in cantina integre. Dopo pressatura soffice il mosto fiore fermenta alla temperatura di 12°C per circa tre mesi in barrique di rovere
Invecchiamento: 6 mesi in barrique di rovere francese, 12 mesi in bottiglia
Colore: giallo carico con riflessi oro.
Profumo: ricorda l'albicocca ed i fiori di ginestra, con richiami di frutta esotica
Sapore: morbido, denso con importante persistenza aromatica di albicocca secca, uva passa e canditi
Gradi: 14% vol
Abbinamenti: piatti a base di pesce

Marisa Cuomo
via G.B. Lama 16/18 - 84010 Furore (Sa)
Tel 089 830348
www.marisacuomo.com

Al Fiorduva di Marisa Cuomo il platino di Decanter

● Il Furore Bianco Fiorduva 2016 di Marisa Cuomo ha ricevuto la medaglia di platino ai Decanter World Wine Awards 2018. Un riconoscimento che si aggiunge ai molti già ricevuti nel corso degli anni. Furore Bianco Fiorduva è un vino dal colore giallo carico con riflessi oro. Il profumo ricorda l'albicocca e i fiori di ginestra, con richiami di frutta esotica. Al gusto è morbido, denso e caratterizzato da una importante persistenza aromatica di albicocca secca, uva passa e canditi.
Gran Furor Divina Costiera è un marchio che nasce nel 1942 per accompagnare la vendita dei vini della Costa di Furore, ottenuti dalle vigne sdraiate a picco sul golfo di Salerno. Andrea Ferraioli, discendente da un'antica famiglia di vinificatori locali, acquista il marchio Gran Furor Divina Costiera nel 1980, per produrre un vino di altissima qualità recuperando i segreti dei suoi avi e la secolare tradizione vinicola del suo paese natio.
Insieme alla moglie Marisa Cuomo inizia un'avventura imprenditoriale che si confonde con il legame familiare che li unisce: il loro amore e una straordinaria passione per il vino porteranno Cantine Marisa Cuomo tra i migliori marchi dell'enologia italiana a livello internazionale.

cod 56457

Cuvée del fondatore Graziano Merotto Brut 2017 Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg

MEDAGLIA D'ORO

Uve: 100% Glera
Vinificazione: il mosto viene posto direttamente in autoclave per circa 50 giorni; staziona successivamente sui propri lieviti per 120 giorni
Colore: giallo paglierino con riflessi verdognoli. Spuma cremosa e brillante. Perlage raffinato
Profumo: fine e intenso, note di frutta bianca e agrumi, sensazioni floreali sfumate da verve minerale
Sapore: fresco e di elegante sapidità, ottimo equilibrio, insieme di grande piacevolezza
Gradi: 11.5% vol
Servire a: 18-20°C
Abbinamenti: ideale come aperitivo e con preziose crudità e raffinati crostacei

Merotto Spumanti
via Scandolera 21 - 31010 Col S. Martino (Tv)
Tel 0438 989000
www.merotto.it

come POSSO OTTENERE una pizza a basso CONTENUTO PROTEICO?

FACILE, CON GRANI ANTICHI: UNA MISCELA DI GRANI NAZIONALI PER UN PRODOTTO PIÙ RUSTICO, GENUINO E DIGERIBILE.

Certi sapori possono farti viaggiare indietro nel tempo per farti riscoprire il gusto autentico del passato. È questo il potere di **Grani Antichi**, una speciale farina macinata a pietra, come una volta. Utilizzala nei tuoi impasti per offrire ai tuoi clienti un'esperienza di gusto unica e indimenticabile.

#StorieDiFarina

Since 1831

LA PASSIONE PER LA PIZZA

www.le5stagioni.it • curtarolo@agugiarofigna.com • +39 049 9624611 • Le 5 Stagioni • @le5stagioni

Maria Costanza Rosso 2015 Sicilia Dop

GRAN MEDAGLIA D'ORO

Uve: 100% Nero d'Avola
Vinificazione: l'uva viene delicatamente sgranellata e trasferita nei vinificatori dove, dopo una macerazione di 15 giorni completa la fermentazione alcolica. La malolattica è svolta parte in barrique di rovere e parte in acciaio
Invecchiamento: circa 36 mesi
Colore: rosso intenso tendente al granata
Profumo: apre con tenui sentori di frutta e note speziate, incenso, inchiostro e macchia mediterranea. Frutto rosso, lampone, ribes maturo
Sapore: potente, di ottima struttura, con tannino levigato e di eccezionale lunghezza gustativa
Gradi: 14% vol
Servire a: 16-18°C
Abbinamenti: arrosti di carne, selvaggina, formaggi a media e lunga stagionatura

Azienda Agricola G. Milazzo
SS 123 km 12.700 - 92023 Campobello di Licata (Ag) - Tel 0922 878207
www.milazzovini.com

Maria Costanza Rosso Eccellenza firmata G. Milazzo

Il Maria Costanza Rosso è per l'Azienda Agricola G. Milazzo l'espressione più intensa del modo di interpretare il vitigno siciliano per eccellenza: il Nero d'Avola. Ha riscosso un grande successo sin dal suo esordio. La prima annata risale al 1991. Alla 14ª edizione del Concorso enologico internazionale di Expo Food Milano ottiene la sua prima medaglia d'oro. Da allora i vini Maria Costanza Bianco e Rosso collezionano una lunga serie di riconoscimenti a livello nazionale e internazionale. L'ultimo in ordine di tempo è la Gran medaglia d'oro al Concours Mondial de Bruxelles 2018.

Negli anni, una virtuosa evoluzione ha accompagnato il lavoro di agronomi ed enologi. Nella quota dei vigneti più antichi sono stati inseriti gli apporti di nuovi cloni posizionati in aree più ricche di sostanza organica e di struttura, con l'obiettivo di tenere conto della progressiva mutazione climatica dovuta al riscaldamento globale e continuare il lavoro di valorizzazione del particolare profilo aromatico che caratterizza da sempre il Maria Costanza.

Il lavoro in cantina si distingue per un'accurata scelta delle tecniche di vinificazione. Con uno sguardo attento alla selezione dei legni e all'utilizzo di tecnologie innovative.

cod 56493

Concours Mondial de Bruxelles

434 premi all'Italia, Puglia al top

di Gianni Paternò

Il Concours Mondial de Bruxelles, giunto alla 25ª edizione, si è svolto quest'anno in Cina. Con un totale di 12 medaglie, la cantina siciliana Milazzo è stata in assoluto la più premiata tra le aziende italiane. Puglia al primo posto tra le regioni del Belpaese, con 104 medaglie. I vini italiani presentati erano in totale 1.382, solo 36 in più rispetto allo scorso anno. Ma per fortuna la qualità dei nostri vini e il loro apprezzamento sono cresciuti, tanto da ottenere ben 434 premi, numero che supera di molto i 385 ottenuti nell'edizione precedente.

Nel dettaglio le gran medaglie d'oro sono state 14 (tra cui il Sicilia Dop Maria Costanza Rosso 2015 dell'Azienda Agricola G. Milazzo), le medaglie d'oro 123 (tra cui l'Amarone della Valpolicella Docg Collezione Esclusi-

va 2009 di Deianira), quelle d'argento 297. La parte del leone l'ha interpretata la Puglia, che con 230 vini presentati ha ottenuto 104 medaglie (4 gran medaglie d'oro, 31 medaglie d'oro e 69 d'argento), seguita dalla Sicilia che con 233 campioni ha ottenuto 80 medaglie (4 gran medaglie d'oro, 19 medaglie d'oro e 57 d'argento); la Toscana con 207 vini ha portato a casa 50 medaglie (3 gran medaglie d'oro, 16 medaglie d'oro e 31 d'argento); il Veneto ha inviato 218 vini ottenendo 66 medaglie (21 medaglie d'oro e 45 d'argento).

Come nelle edizioni passate l'azienda più premiata in Italia (e qualche volta addirittura in assoluto) è stata Milazzo di Campobello di Licata, in provincia di Agrigento, che ormai è abituata ad ottenere tanti riconoscimenti, in dettaglio 3 gran medaglie d'oro, 3 medaglie d'oro, 6 d'argento. L'anno scorso, quando per la prima volta è stato introdotto il nuovo premio Vino Rivelazione Internazionale, un vino di Milazzo è stato riconosciuto migliore Rosso, il Terre della Baronia 2014, che ha ottenuto il punteggio massimo assoluto.

L'elenco completo dei vini premiati è pubblicato su **www.italiaatavola.net**. Per vederlo inserisci nel campo di ricerca il codice 55927

Collezione Esclusiva 2009 Deianira L'Amarone secondo tradizione

L'Amarone della Valpolicella Doc Collezione Esclusiva 2009 di Deianira Wine ha conquistato la medaglia d'oro al Mondial de Bruxelles. «Abbiamo sempre partecipato ad importanti degustazioni internazionali con i nostri vini», ha commentato l'azienda. «Il Concours Mondial de Bruxelles 2018 ci interessava in particolar modo, dal momento che la giuria era composta da più di 330 degustatori di diverse nazionalità. Alla prossima edizione invieremo anche il Ripasso e il Rosso vendemmia tardiva».

Deianira è un marchio nuovo che continua l'antica tradizione del vero Amarone della Valpolicella. I vini sono ottenuti tramite una viticoltura ecosostenibile e provengono da vigneti situati in aree con clima particolarmente favorevole e terreni altamente vocati.

Per Deianira ecosostenibilità significa attenzione, cura e rispetto delle risorse naturali. L'azienda ricerca la qualità del prodotto, ma sempre nel rispetto dell'ambiente e in coerenza con i valori di etica e responsabilità sociale. Segue un protocollo sui trattamenti e le concimazioni stabilito dal Consorzio tutela vini Valpolicella, tra le cui linee guida che vietano l'uso di numerosi prodotti antiparassitari. cod 56497

Amarone della Valpolicella Docg Deianira Collezione Esclusiva 2009

MEDAGLIA D'ORO

Uve: 70%Corvina, 20%Rondinella, 10%Croatina
Vinificazione: dopo un'attenta selezione e raccolta manuale, le uve vengono poste in cassette e messe a riposare in locali ben arieggiati e asciutti. Quattro mesi più tardi, le uve sono sottoposte ad una soffice pigiatura e, a causa del freddo della stagione invernale, la fermentazione del mosto è lunga e lenta
Invecchiamento: 30 mesi in botti di rovere di Slavonia e in barrique, 8 mesi in bottiglia
Colore: rosso granato intenso
Profumo: complesso, con note di frutta matura, sottobosco e cuoio
Sapore: corposo, ricco ed elegante, vigoroso ed armonico
Gradi: 14% vol

Deianira
via Salvo D'Acquisto 19 - 25017 Lonato del Garda (Bs) - Tel 030 6700985
www.deianirawine.it

La Selezione del Sindaco

Italia in vetta con 271 medaglie

Al concorso enologico internazionale di Città del Vino, gran medaglia d'oro e massimo punteggio al vino liquoroso portoghese Malo Moscatel de Setúbal 5 Anos e al vino dolce austriaco Chardonnay Trocken-beerenauslese 2008. La prima etichetta italiana è il passito 2015 Valle d'Aosta Doc Chambave Moscato Flétri. La 17ª edizione del concorso enologico si è conclusa con 33 gran medaglie d'oro (di cui 19 all'Italia), 221 medaglie d'oro (tra cui il Passione d'Italia Salice Salentino Riserva 2013 di Cantine San Pancrazio, il Talia Romagna Albana Docg Passito 2013 di Azienda Agricola Podere Baratta, il Cuvée Honor Astoria 30 anni Rosé Venezia Doc 2017 di Astoria e il Torrai Cabernet Riserva Piave Doc 2013 di Azienda Agricola Conte Collalto) e 136 medaglie d'argento, per un totale di 391 vini premiati, il 30% dei 1.299 vini presentati da circa 500 cantine partecipanti.

La prima gran medaglia d'oro italiana va al passito 2015 Valle d'Aosta Doc Chambave Moscato Flétri dell'azienda La Vrille di Herviè Danile Deguillame, del Comune di Verrayes (Ao), che ha ottenuto 94,8 punti su 100. Apre la classifica delle medaglie d'oro il vino rosso Acantos Toscana Igt 2014 (Syrah 60%, vitigno principale) dell'azienda agricola Montebelli di Caldana (Gr), con il punteggio di 91,2/100; primo tra le medaglie d'argento è invece il Barolo Docg Luigi Bosca 2013 di Canelli (86,8/100).

La classifica per Paesi vede l'Italia al vertice con 271 medaglie, poi 111 al Portogallo, 2 all'Austria, 2 al Brasile, 2 all'Azerbaijan, 2 alla Germania, 1 alla Francia. Il Portogallo, dopo l'Italia, è la nazione più rappresentata; questo anche in virtù della collaborazione avviata ormai da anni tra Città del Vino e l'analoga associazione portoghese Ampv.

L'elenco completo dei vini premiati è pubblicato su **www.italiaatavola.net**. Per vederlo inserisci nel campo di ricerca il codice 56145

"Cuvée Honor" Astoria 30 anni Rosé Venezia Doc 2017

MEDAGLIA D'ORO

Uve: Raboso e Pinot Nero
Vinificazione: vendemmia in settembre e successiva vinificazione con breve macerazione sulle bucce per trasmettere al vino quella tonalità tanto ricercata. Il mosto ottenuto è fatto fermentare a 18°C per 10-12 giorni e di seguito mantenuto sulle fecce nobili per un breve periodo per consolidare il colore nel tempo; viene poi trasferito in autoclave per la presa di spuma che dura circa 20-25 giorni. Fa seguito una sosta sui lieviti di qualche giorno e poi il successivo imbottigliamento
Colore: rosa tenue, perlage minuto e persistente
Profumo: elegante, vario, di aroma ricco e complesso
Sapore: piacevolmente fitto ed equilibrato
Gradi: 11.5% vol
Servire a: 6-8°C

Astoria Wines
Via Crevada - 31020 Refrontolo (Tv)
Tel 0423 6699
www.astoria.it

Honor Rosé Omaggio ai 30 anni di Astoria

"El tempo xe oro" (il tempo è oro) è scritto nell'elegante bottiglia a tulipano che lo contiene. E oro è anche la medaglia conquistata alla Selezione del Sindaco 2018 dall'Honor Rosé Venezia Doc Astoria. Uno spumante originale, nato nel 2017 per festeggiare i 30 anni di Astoria Wines, che ha saputo in poco tempo conquistare una vasta platea di estimatori. Un extra dry rosé in cui le uve sono quelle del Pinot nero e soprattutto del Raboso, vitigno che trova il suo habitat naturale sui terreni sassosi a ridosso del fiume Piave. Un modo quindi di Paolo e Giorgio Polegato, i titolari dell'azienda, di omaggiare la loro terra di origine.

Così come Mina Veneto Igt (che porta il nome della madre dei fondatori), un bianco fermo dai profumi molto diversi ma anch'esso espressione di uno splendido territorio e anch'esso medaglia d'oro alla Selezione del Sindaco 2018.

Astoria Wines, che pure si conferma un marchio di riferimento nel mondo del Prosecco, che esporta in 90 diversi Paesi, non dimentica la sua tradizionale attenzione alle piccole produzioni, per non far mai dimenticare la grande varietà della tradizione enologica veneta. cod 56591

Torrai Cabernet Riserva Piave Doc 2013

MEDAGLIA D'ORO

Uve: Cabernet Sauvignon
Vinificazione: prodotto con uve da vendemmia tardiva parzialmente appassite in appositi locali. Diraspatura e pigiatura soffice, fermentazione in serbatoi di acciaio per 15 giorni con una macerazione di 20 giorni a contatto con le bucce
Affinamento: in tonneaux da 5 ettolitri e botti grandi da 40 ettolitri per 24 mesi, poi in bottiglia da 8 a 12 mesi in caveau
Colore: rosso rubino con sfumature granate
Profumo: piccoli frutti di bosco, nota vanigliata, balsamica e con il caratteristico profilo erbaceo
Sapore: spiccano la componente tannica e la marcata freschezza. Austero, asciutto
Gradi: 13.5% vol
Servire a: 16-18°C
Abbinamenti: piatti importanti come brasati e carni in umido

Azienda Agricola Conte Collalto
via XXIV Maggio 1, 31058 Susegana (Tv)
Tel 0438 435811
www.cantine-collalto.it

Tallia Romagna Albana Docg Passito 2013

MEDAGLIA D'ORO

Uve: 100% Albana
Vinificazione: lungo appassimento delle uve accuratamente selezionate in graticci fino ad un calo di peso del 40%, fermentazione a temperatura controllata di 15°C con blocco naturale della fermentazione
Affinamento: 40% in botti di rovere, 60% in inox per 12 mesi
Colore: giallo ambra con riflessi ramati
Profumo: note evolute che sfumano dall'albicocca secca alla mandorla dolce
Sapore: dolce voluminoso di grande struttura, molto persistente
Gradi: 13% vol
Servire a: 14-16°C
Abbinamenti: ideale a fine pasto con dolci caserecci ma anche con formaggi lungamente stagionati; vino adatto alla meditazione

Azienda Agricola Podere Baratta
via Collinello 1075, 47032 Bertinoro (Fc)
Tel 0543 444174
www.poderebaratta.it

Passione d'Italia di Cantine San Pancrazio Un sorso di Salento

Il rosso Passione d'Italia Doc Salice Salentino Riserva di Cantine San Pancrazio ha conquistato la medaglia d'oro alla 17ª edizione del concorso enologico internazionale La Selezione del Sindaco. Questo meraviglioso nettare è prodotto in una terra eletta per l'agricoltura, nel territorio salentino, tra le province di Brindisi e Lecce, a pochi chilometri dal mare cristallino di Porto Cesareo, dove nel 1961 venne fondata Cantine San Pancrazio. L'azienda, grazie all'apporto fondamentale dei suoi soci-viticoltori, dispone di una superficie vitata pari a circa 400 ettari, caratterizzata da vigneti longevi allevati prevalentemente con l'antico sistema ad alberello pugliese dai quali si ottiene il prodotto più prezioso e la restante parte da impianti più giovani allevati a spalliera bassa. Il clima caldo-asciutto, le forti escursioni termiche fra il giorno e la notte, e in particolare la cura e l'attenzione degli agricoltori producono uve di eccellente qualità.
Passione d'Italia Doc Riserva è il rosso che meglio conserva e valorizza le tradizioni del lavoro in campagna dagli alberelli di Negroamaro e l'innovazione tecnologica in cantina. Con una resa per ettaro molto bassa, inferiore ai 60 quintali per ettaro, le uve vengono raccolte manualmente e selezionate, conferendo un'impronta elegante e strutturata. cod 56538

Passione d'Italia Salice Salentino Riserva 2013

MEDAGLIA D'ORO

Uve: 100% Negroamaro
Vinificazione: dopo la diraspatura e la pigiatura, il mosto rimane in macerazione con le bucce per lungo periodo a temperatura controllata
Invecchiamento: in acciaio per 6 mesi, in barriques francesi di legno Allier per 16 mesi, 4 mesi in bottiglia
Colore: rosso rubino intenso con nuance granate
Profumo: molto intenso ed ampio con sentori di frutti rossi in cui prevalgono la ciliegia e la prugna, con sentori di tostato e vaniglia
Sapore: caldo, robusto ed elegante. Sapore pieno, aroma suadente da tannini morbidi e note tostate, finale persistente
Gradi: 15% vol
Servire a: 18-20°C
Abbinamenti: primi piatti importanti, arrosti, cacciagione, formaggi stagionati, frutta secca

Cantine San Pancrazio
via del Mare - 72026 San Pancrazio Salentino (Br) - Tel 0831 666064
www.cantinesanpancrazio.it

LA SEDUZIONE DELL'ETICHETTA

Sulle bottiglie "Allagiornata" evocativi dipinti dell'Ottocento

di *Piera Genta*

Una linea di Dogliani Superiore Docg nata nel 2008 dedicata alla "giornata", antica unità di misura di superficie utilizzata in Piemonte (3.810 metri quadrati) che a Clavesana, patria del Dolcetto, viene usata tutt'oggi. Sulle etichette "Allagiornata" troviamo un numero, quello attribuito al coltivatore al momento della sua entrata come conferitore di Cantina Clavesana. I vigneti sono stati scelti per la particolare esposizione, altezza collinare ed età delle vigne, caratteristiche tali che si esprimono al massimo nel bicchiere. Inoltre sulla stessa etichetta vengono indicate le coordinate cartesiane delle "giornate" che sono nella bottiglia. Inserendole in Google Earth, è possibile andare direttamente tra i filari di Dolcetto da cui nasce il vino.

L'annata 2013, attualmente in vendita, si presenta con tre etichette che hanno preso in prestito dipinti di alcuni pittori dell'Ottocento che hanno raffigurato momenti di vita contadina con i suoi ritmi e i rituali immutabili. 360 (2,5 giornate in borgata S. Lucia di Dogliani) con "Ultime vangate" di Angiolo Tommasi. 587 (5,5 giornate a Bastia Mondovì, località Frati) con caldi colori del

tramonto sul fiume, un gruppo di donne sono intente a raccogliere l'erba: sono "Le gramigiane" di Niccolò Cannicci. 110 (3 giornate a Clavesana, frazione Surie) con immagine idilliaca di quotidianità, alcuni contadini si recano al lavoro con i loro attrezzi in spalla nel dipinto di Egisto Ferroni "Ai campi". Tre bottiglie che raccontano l'annata 2013 con una grande ricchezza di profumi di frutti rossi, mora, prugna. cod 56550

BEN...BEVUTI AL SUD

Murgo, perfetta espressione dei vini del vulcano

di *Gianni Paternò*

Un'azienda della famiglia Scammacca del Murgo che da anni è da considerare nell'aristocrazia delle cantine dell'Etna, a Santa Venerina (Ct), che dal 1980 con le prime 3mila bottiglie si è dedicato alla più alta qualità.

Degustiamo il Murgo Extra Brut 2010 e il Tenuta San Michele Etna Bianco Doc 2016. Lo spumante affina in bottiglia da 6 a 7 anni e il dégorgement è senza aggiunta di zucchero. Il colore è giallo paglierino e la carbonatica finissima e persistente. Al naso note di ginestra, mela, nocciola tostata, crosta di pane, grande equilibrio e finezza e già una sensazione di mineralità. Al palato mineralità con sentori quasi salini, secco ma arricchito da un leggero tocco fruttato di agrumi e pesca, la lunga permanenza sui lieviti conferisce una struttura vigorosa.

Il Tenuta San Michele rappresenta il top dei bianchi, prodotto senza compromessi e raccolto solo nelle migliori annate con selezione delle uve di Carricante al 60%, Catarratto 30%. Fermentazione a temperatura minima che dura fino a 20 giorni, affina in parte in botti di rovere per 10 mesi. Nel calice colore giallo quasi dorato. Al naso si sente proprio il vulcano che si esprime con note di pietra focaia, tutto ingentilito da fiori di ginestra e di camomilla, elegantissimo e perfettamente franco. Al palato si conferma la spiccata mineralità che vira verso una tendenza sapida, ha notevole struttura ma sensibile freschezza. cod 56559

UN AUTOCTONO AL MESE

Ciliegiolo, tipico della Maremma Per vini freschi e morbidi

di *Piera Genta*

● Il Ciliegiolo è un vitigno autoctono a bacca nera originario della zona centrale della Toscana, ma oggi viene coltivato anche in altre regioni d'Italia. Deve il suo nome al colore della bacca e ad uno dei suoi aromi primari che richiamano la ciliegia. Il suo territorio preferito è la Toscana e la Maremma in particolare. Oggi sono circa 5mila gli ettari coltivati. Il vino prodotto dall'uva Ciliegiolo veniva spesso usato in passato per tagli con altri vini, tra cui anche il Sangiovese, a cui donava una maggior alcolicità, morbidezza e freschezza di profumi fruttati. Inoltre può essere vinificato in bianco o con macerazioni leggere per produrre vini rosati dotati di freschezza e leggeri profumi fruttati. Questa caratteristica fruttata lo porta ad essere impiegato anche per i Novelli e nei Chianti Doc.

L'Associazione Produttori Ciliegiolo di Narni è stata fondata nel 2014 dai più importanti produttori del territorio per tutelare il vino Ciliegiolo con un disciplinare più restrittivo, che prevede la produzione del vino in purezza e l'adozione di norme di lavorazione, sia in vigna che in cantina, più rigorose rispetto al disciplinare Igt, per esaltarne le caratteristiche varietali e alzare il livello qualitativo. cod 56549

DÉJÀ BU

I vent'anni di Campo alla Sughera

Celebrati dall'inedito Anima d'Arnione

Si dice che il fattore tempo costituisca la discriminante decisiva per sancire la vera grandezza di un vino. Un conto è riconoscere dignità di alto profilo alle tante etichette del nostro panorama vinicolo in grado di ottimamente impressionare al momento dell'immissione sul mercato, e magari anche di mantenere il livello iniziale in una prospettiva di medio periodo. Un altro è misurarsi con quei fuoriclasse che nascono per le lunghe percorrenze, offrendosi al loro massimo con una curva evolutiva più ampia. Un gioco per pochi se prendiamo a riferimento il simbolico traguardo (ovviamente intermedio) del decennio, superato il quale inizia un torneo a parte, quello dei vini inafferrabili, come il trittico che segue.

L'Amarone della Valpolicella Riserva La Mattonara 2006 Zymè è uno di questi. In uscita ritardata per la tipologia, lascia letteralmente attoniti per la sua estrema gioventù. L'equilibrio supremo (premessa e promessa di longevità) guida una degustazione avvincente per potenza e profondità, perfino capace di regalare lampi di freschezza grazie alla sensibilità interpretativa del talentuoso Celestino Gaspari.

Analoghe sensazioni ha suscitato un recente riassaggio di Ornellaia 1997. Buonissimo da subito, figlio dell'euforia dell'epoca (non sempre confermata alla distanza), vive un autentico stato di grazia. Densità tannica e impetuosità della trama hanno traghettato il celebre rosso bolgherese verso una nuova dimensione, fatta di un'eleganza balsamica, levigata. Una delizia fatta vino.

di *Guido Ricciarelli*

L'Alto Adige Terlaner Rarità 1991 della Cantina di Terlano, presentato alla stampa soltanto lo scorso anno, costringe ad una ulteriore sottolineatura smentendo il luogo comune sulla gracilità costitutiva dei bianchi italiani. Gioia pura veder saltare gli schemi per un Pinot bianco corroborato da un saldo di Chardonnay e Sauvignon, così lungamente affinato in acciaio sui lieviti fini dopo un primo anno di botte. Sfaccettato come una pietra preziosa, distillerà sapore ed energia da ogni sua goccia per tanto tempo ancora.

cod 56557

Vuoto a buon rendere

Nuovo progetto Ichnusa a tutela dell'ambiente

Ichnusa rilancia lo storico formato del vuoto a rendere con una nuova etichetta e una **campagna pubblicitaria**. Nove sardi su 10 apprezzano l'iniziativa volta a **preservare le bellezze e la natura dell'isola**

"Vuoto a buon rendere" è il nome del progetto con cui Ichnusa, storico marchio di birra sardo, rilancia il formato del vuoto a rendere sull'isola. Grazie a una nuova veste grafica, a una campagna di comunicazione su stampa e digital, e nuovi investimenti a potenziamento della capacità di confezionamento dello storico birrificio di Assemini (Ca), il marchio lancia un messaggio chiaro: il vuoto a rendere è il formato su cui investire. In passato era consuetudine. Quella del vuoto a rendere è infatti una pratica antica, una vecchia usanza che consisteva nel lasciare un deposito di poche lire al negoziante e di riottenere la "cauzione" alla riconsegna delle bottiglie di vetro, una volta utilizzate. Che contenessero latte, birra, acqua o vino poco importava; la procedura era la stessa per qualsiasi prodotto.

A partire dagli anni '60, però, questa pratica virtuosa è andata a perdersi in Italia, dove le bottiglie riutilizzabili sono state via via sostituite dal cosiddetto "vuoto a perdere", ovvero usa-e-getta. In Sardegna, il vuoto a rendere tutt'oggi resiste e può quasi essere definita una tradizione locale: sull'isola rappresenta infatti una pratica consolidata e virtuosa, sopravvissuta nel tempo a mode e cambiamenti culturali, ma che è oggi mes-

sa a rischio da nuove abitudini di consumo. Certo anche in Sardegna il vuoto a rendere negli anni ha mutato forma. È diventata esclusiva del canale Horeca e la "cauzione" sul contenitore è divenuta onere del distributore di bevande e non del consumatore finale. Nell'isola, ad esempio, ancora oggi gran parte delle acque minerali locali destinate alla ristorazione vengono commercializzate proprio col vuoto a rendere.

Una pratica che anche Ichnusa, la Birra di Sardegna, da sempre adopera. In questo modo le bottiglie vengono riutilizzate anche per vent'anni; sono bottiglie che portano un peso speciale, quello del tempo che scorre. Le si riconosce dai segni che, orgogliosi come rughe su un volto, ne incorniciano il vetro e ne scandiscono il passare degli anni. Sono bottiglie che hanno una storia. Da oggi, con Ichnusa, queste bottiglie ci parlano e mandano un messaggio importante: quello del rispetto verso l'ambiente.

Riuso, impegno e rispetto: sono queste le parole chiave riportate anche nel collarino. Tre parole che simboleggiano il circolo virtuoso che il vuoto a buon rendere rappresenta. «Attraverso la nuova etichetta vogliamo trasmettere con chiarezza e semplicità il nostro messaggio - dice **Alfredo Pratolongo**, direttore comunicazione e affari istituzionali Heineken Italia - e parlare in modo diretto ai consumatori, chiedendo loro di sostenere attivamente la pratica del vuoto a rendere come gesto d'amore per la Sardegna. Solo con la collaborazione di tutti è possibile innescare un circolo virtuoso che salvaguardi il territorio».

Alfredo Pratolongo

Con l'inizio del 2019 nel birrificio di Assemini verrà inaugurata una linea di confezionamento dedicata al formato del vuoto a rendere. «Questo importante investimento sulla nuova linea - spiega **Matteo Borocci**, direttore del Birrificio - rappresenta per l'azienda non solo un'ulteriore tappa nel percorso di crescita intrapreso, ma anche un'opportunità. Il reparto del confezionamento è, nel nostro birrificio, quello con il più alto numero di operatori. L'investimento per rilanciare il vuoto a rendere favorirà nuove assunzioni, registrando un incremento tra 10 e 15% dell'intera forza lavoro».

cod 56328

Per informazioni: **www.birraichnusa.it**

Duvel Moortgat e Birrificio del Ducato

Più uniti all'insegna della qualità

Belgio, paese dei balocchi per **beer lovers e produttori di birra**, visitare la **nazione brassicola per antonomasia** equivale ad un **tour tra le maison francesi per un appassionato di vino**

Specialmente quando un tocco di italianità giunge in una storica famiglia belga, da sempre nel mondo della birra. È ormai notizia risalente a fine 2016, ma Duvel Moortgat (Puurs) e Birrificio del Ducato (Parma) continuano a costruire il loro futuro insieme.

La collaborazione tra i due infatti si rafforza ulteriormente: dopo l'acquisizione, a dicembre 2016, di un'iniziale partecipazione di minoranza, Duvel Moortgat acquisisce ora una quota di maggioranza del 70% nel birrificio italiano. La potenza belga continuerà a sostenere il birrificio di **Giovanni Campari** per realizzare le ambizioni che nutre verso le sue birre e per stimolarne l'ulteriore crescita internazionale, ma sempre nel rispetto delle birre e delle tradizioni del team italiano che rimane sotto la direzione del birraio Campari.

Ci è voluto ben poco a puntare il dito e accusare il giovane imprenditore parmense di essersi "venduto" all'industria, ma probabilmente altrettanto veloce sarà l'arrivo dei risultati che dimostreranno la bontà della sua scelta. Nel frattempo siamo andati direttamente nella casa madre di Duvel per conoscere da vicino l'entità di uno dei gruppi legati alla birra più famosi del mondo.

di Giovanni Angelucci

Duvel Moortgat è un'azienda familiare che conta 10 birrifici tra cui Brouwerij Duvel a Puurs, Brasserie d'Achouffe a Houffalize, Brouwerij De Koninck ad Anversa, Brouwerij Liefmans a Oudenaarde, il Birrificio Bernard nella Repubblica Ceca, Brewery Ommegang a New York, Boulevard Brewing

Company a Kansas City, Firestone Walker in California, Brouwerij 't ad Amsterdam e Birrificio del Ducato in Italia. Ma bisogna fare un passo indietro per comprendere l'attuale entità dell'impero Duvel.

Nata nel 1871 per mano di Jean-Leonard Moortgat e sua moglie, all'inizio del XX secolo non era che una delle 3mila birrerie presenti in Belgio. Quando più tardi toccò ai due figli Albert e Victor, venne creata la birra divenuta poi l'emblema dell'azienda: la Duvel.

Fu creata negli anni '20 come commemorazione della prima guerra mondiale volta al termine, ma inizialmente era stata battezzata "Victory Ale" sulla base del modello inglese. Solo dopo ricerche e sperimentazioni, al quinto anno di lavoro, fu trovata la chiave convincente caratterizzata da quel lievito specifico reperito in Scozia (ancora oggi ricavato dalla stessa madre).

La storia racconta che all'assaggio della nuova birra il calzolaio locale Van De Wouwer fu così impressionato dal bouquet aromatico che esclamò "questa qui è un diavolo!" ("Duvel" in fiammingo). Da quel giorno il nome Victory Ale venne dimenticato e la birra iniziò a farsi conoscere come Duvel.

Michel Moortgat rappresenta oggi la quarta generazione di Moortgat, azienda che continua a rimanere familiare, allargando il proprio gruppo con altre famiglie, come nel caso di Birrificio del Ducato: «Condividiamo gli stessi valori - ha ribadito Michel Moortgat - e siamo convinti che qualità, professionalità e innovazione siano le migliori basi per un successo duraturo nel tempo. Forti di un'esperienza che attraversa le generazioni, sosterremo il Birrificio del Ducato e insieme faremo in modo che queste birre così speciali possano essere gustate anche nel resto del mondo. L'Italia e la provincia di Parma sono conosciute per le loro prelibatezze e noi vogliamo dare il nostro contributo per far scoprire al resto del mondo le birre speciali del Birrificio del Ducato».

Giovanni Campari ha poi aggiunto: «Il Ducato per noi è come un figlio nato da una visione, una passione, un sogno. Dopo essere stati attivi per lungo tempo, e questo vuol dire 10 anni di sacrifici, sforzi, investimenti finanziari, ma anche rispetto e riconoscimento nel settore della birra artigianale, abbiamo ricevuto diverse proposte da un certo numero di grandi società del settore. Non vi abbiamo mai dato seguito, perché sapevamo che non sarebbero mai state capaci di sostenerci nella nostra filosofia. La loro priorità non era birra ma solo e unicamente il guadagno. Non si parlava mai dell'importanza del partenariato nei progetti sulla base dell'attenzione alla qualità, dell'innovazione e del miglioramento dei metodi e delle tecniche di birrificazione. Abbiamo dunque deliberatamente optato per Duvel Moortgat perché è un'azienda diversa, guidata dai propri valori familiari, che non ci ha mai proposto di cambiare rotta in termini di produzione di birra, posizionamento del marchio o atteggiamento commerciale».

«Michel Moortgat ha compreso e condiviso immediatamente le nostre visioni e i nostri valori - ha concluso Giovanni Campari - senza necessità di spiegare o convincere ulteriormente. D'altra parte, abbiamo sempre nutrito rispetto e ammirazione per la splendida qualità dei birrifici della famiglia Duvel Moortgat, alcuni dei quali sono stati per noi fonte di ispirazione fin dagli esordi. Possiamo ora guardare al futuro con ottimismo e speranza, perché abbiamo un partner che condivide la nostra visione, la nostra passione, i nostri sogni».

Non dev'esser stato semplice per Giovanni Campari prendere questa decisone, come non lo sarebbe stato per nessun altro, ma se non si vuole ricorrere alle banche questa è la maniera migliore per "mettere le ali" alla propria realtà, tutto sta nel portare avanti i propri progetti con un obiettivo costante, anche non tenendo conto delle reazioni che l'opinione pubblica può manifestare (è stata tutt'altro che clemente) perché se questa è la via per crescere e raggiungere i propri obiettivi è giusto perseguirla.

Michel Moortgat

Fabio Rota
Professione idrosommelier

Lavora a **Seriate** (Bg), nella sala del **ristorante "Da Giò"**, lungo la strada statale 42, l'**unico "idrosommelier" bergamasco diplomato** che risulta iscritto all'**Adam, Associazione degustatori acque minerali**

di *Roberto Vitali*

Dopo i sommelier, che conoscono e servono il vino, ecco affermarsi la figura degli esperti in acque minerali. L'idrosommelier bergamasco **Fabio Rota**, classe 1979, dopo alcune esperienze in ristoranti del territorio, tra cui il tristellato "Da Vittorio", oggi lavora a Seriate, "Da Giò", dove è titolare Giovanni D'Auria. L'Adam è nata nel 2002 a Bologna, il presidente nazionale è Mario Celotti, mentre la segreteria è affidata a Giuseppe Amati. Oggi in Italia conta circa 200 soci; altri 3mila diplomati sono attivi perché hanno seguito i corsi, ma per l'associazione risultano "dormienti". «Ho seguito i corsi Adam per idrosommelier - ricorda Rota - prima alla Fiera di Forlì (primo e secondo livello) e in seguito presso la Scuola alberghiera e di ristorazione di Cesenatico (terzo ed ultimo livello), dove mi sono diplomato nel 2017. Oggi finalmente non si parla più di acqua a tavola ma di "acque" a tavola».

Perché hai scelto di interessarti all'acqua minerale?

L'acqua è un elemento imprescindibile nella nostra vita. Durante le mie esperienze lavorative ho capito che a tavola si presta molta attenzione al cibo e al vino, mentre poca o nulla all'acqua e ai suoi abbinamenti. Ho così deciso di rivolgermi ad una associazione capace di colmare questo gap e fortunatamente ho scoperto Adam.

Cosa diversifica le varie acque?

Al mondo non esistono acque uguali, ogni acqua è diversa dall'altra per sapore, per valori nutrizionali ed indicazioni di utilizzo. Solo in Italia troviamo oltre 280 sorgenti. Ad incidere sul gusto sono soprattutto le differenti tipologie e quantitativi di minerali disciolti nell'acqua e il Ph che ne determina l'acidità o la dolcezza. La classificazione delle acque minerali avviene mediante il residuo fisso che identifica in grammi il quantitativo e il tipo di sali ottenuti da 1 litro di acqua portato ad evaporazione alla temperatura di 180°C. Residuo fisso che deve sempre essere riportato in etichetta.

Quante categorie esistono?

Quattro categorie: acque minimamente mineralizzate (sali inferiori a 50 mg/l); acque oligominerali (sali compresi tra 51 e 500 mg/l); acque medio minerali (sali compresi tra 501 e 1.500 mg/l); acque ricche di sali minerali (sali superiori a 1.500 mg/l). Ad un piatto poco strutturato accosteremo un'acqua minerale con residuo fisso basso e ad un piatto ricco, dalla grande struttura, un'acqua minerale con residuo fisso alto.

Anche la bottiglia è importante?

Assolutamente sì. Negli ultimi decenni con l'avvento della grande distribuzione nei supermercati si è diffuso il Pet che oggi copre circa il 74% del mercato. Per quanto riguarda il settore Horeca, la maggiore attenzione verso le acque minerali ha fatto sì che molti produttori-distributori si siano rivolti a veri e propri "maestri" del design come Pininfarina, Giugiaro, Gaetano Pesce, che con le loro creazioni hanno dato risalto ad un prodotto per troppi anni trascurato.

Una curiosità?

Forse pochi sanno che esiste una bottiglia di acqua chiamata "Acqua di Cristallo - Tributo Modigliani", con all'interno polvere d'oro, che è arrivata a costare all'asta benefica circa 60mila euro. Oppure un'acqua purissima chiamata "Tasmanian Rain" (solo 5 euro) che, come si evince dal nome, proviene dal cielo della Tasmania. cod 56163

Caffè del Caravaggio

La perfezione a prova di crema

Nel **mondo della ristorazione**, sempre più affollato e competitivo, **l'eccellenza non è più un elemento riservato a realtà di lusso**, ma la colonna portante di qualsiasi attività, nuova o con tanti anni di lavoro alle spalle

Caffè del Caravaggio rappresenta in tutto e per tutto lo stato dell'arte del settore legato al caffè espresso, la bevanda italiana più conosciuta, celebrata e consumata al mondo. Dopo decenni di monopolio da parte di grandi marchi industriali più attenti agli slogan pubblicitari che alla qualità, Caffè del Caravaggio si propone l'ambizioso obiettivo di far conoscere agli amanti del caffè alcune delle varietà e monorigini di pura Arabica più gustose e prestigiose esistenti, rendendo allo stesso tempo la loro preparazione semplice, veloce e alla portata di tutti. Basta macinini costosi, ingombranti e perennemente bisognosi di manutenzione: Caffè del Caravaggio ha brevettato una macchina del caffè interamente modulare, pensata per adattarsi alle esigenze specifiche di ogni tipo di ristoratore. Grazie ad un potente microcomputer, la macchina del caffè di Caffè del Caravaggio estrae la bevanda da cialde ecologiche e compostabili sempre alla giusta pressione e temperatura, rispettando le regole più severe per la preparazione del vero caffè espresso.

Le cialde, sigillate ermeticamente, mantengono inalterata nel tempo la fragranza del caffè macinato, proveniente da piantagioni selezionate che operano secondo i criteri del commercio equosolidale.

Michela Dentella, titolare del Ristorante Mazzini 200 di Albino (Bg), ha scelto con entusiasmo Caffè del Caravaggio e ha voluto testimoniare in prima persona la sua esperienza: «Caffè del Caravaggio mi sta causando una vera e propria "dipendenza"! Da quando accendi la macchina a quando la spegni, il caffè è sempre uguale, sempre buono, e l'estrazione sempre perfetta, così

Michela Dentella

come la temperatura. Al ristorante serviamo un target ben definito di persone, a cui capita molto spesso di invitare fuori i propri clienti per un pranzo o un caffè e loro si accorgono subito della qualità differente di Caffè del Caravaggio. In passato avevo accordi con un grande marchio industriale che spesso non li soddisfaceva, ma ora nessuno rifiuta più il caffè. Stimo così tanto il prodotto e la cortesia e professionalità dello staff di Caffè del Caravaggio che tutte le volte che mi capita di andare, come cliente, in altri ristoranti con un caffè non all'altezza, li segnalo subito per un contatto!».

cod 56414

Caffè del Caravaggio
via Piemonte 5/11 - 24052 Azzano
San Paolo (Bg) - Tel 035 688111
www.caffedelcaravaggio.it

Ristoratori, volete essere ricordati? Fate più attenzione al caffè!

Il caffè a fine pasto è una risorsa formidabile. I ristoratori che scelgono di adottare veri e propri menu riservati al caffè stanno aumentando e con loro cresce anche il numero dei clienti più esigenti. Avete studiato tutto nei minimi particolari per dare risalto al vostro ristorante e per far sentire a proprio agio le persone: luci soffuse, tovaglie, piatti, posate, calici, antipasto offerto di benvenuto, ricco menu con descrizioni invitanti di pietanze, vini o birre. Il cibo è perfetto, la cantina insuperabile, tutto è curato a regola d'arte ma, inevitabilmente, arriva il momento del conto: "Il caffè lo volete? Quanti?", chiede il cameriere. E, di colpo, l'attesa dello scontrino che elenca ai clienti i costi da sostenere si associa subito al caffè, bevanda che dovrebbe rappresentare il piacere supremo di fine pasto ma che, per abitudine, si finisce spesso per consumare frettolosamente, magari mentre si contano i soldi.

Questa pratica è piuttosto controproducente e alla lunga porta a pensare che la degustazione di un ottimo caffè espresso sia un'esperienza da provare a parte rispetto a un pasto o a una cena, un "di più" riservato alle occasioni particolari o alla fortuna di trovare "il posto giusto con il servizio giusto". Ma dove sta scritto che la fine di un fantastico pasto non possa essere anch'essa il piatto forte della casa, qualcosa che lasci letteralmente a bocca aperta i clienti e li spinga a ritornare con estrema soddisfazione? Dopotutto, il caffè è l'ultima cosa che viene servita e ricordata da mente e palato! Fortunatamente, i ristoratori che scelgono di adottare veri e propri menu riservati al caffè stanno aumentando e con loro cresce anche il numero dei clienti più esigenti nei confronti di una bevanda così ricca e straordinaria. Vedersi portare al tavolo il "menu dei caffè" può sembrare strano inizialmente, soprattutto per i clienti abituali. La maggior parte delle persone non sa che esistono al mondo varietà diversissime di caffè, con gusti persino opposti e contrastanti tra loro.

Per questo, un ristoratore votato all'eccellenza (la certezza più grande per ottenere successo, di questi tempi) si informa, si attrezza e si rifornisce di prodotti di alta qualità per distinguersi dagli altri e stupire in positivo. Per farlo non servono risorse eccezionali: basta smettere di farsi sponsorizzare dal solito marchio di caffè industriale e cercare produttori e distributori di varietà e monorigini certificate, provenienti da piantagioni selezionate.

di Cristiano Canali

Una volta preparato il menu e studiato i migliori abbinamenti da offrire ai vostri clienti, saranno loro a trasformare lo straordinario in abitudine e a ripagarvi di ogni sforzo. cod 56411

Caffè in capsule bidose
Quando rapidità è sinonimo di qualità

Disponibile per il sistema Caffè Cagliari 10+ la capsula bidose che aiuta a gestire al meglio le richieste di caffè a fine pasto: permette infatti di preparare rapidamente e senza sprechi un ottimo espresso ad un costo unitario inferiore.

L'utilizzo del caffè monoporzionato in ristoranti, agriturismi e hotel è ormai ampiamente diffuso grazie ai molteplici vantaggi offerti dai moderni sistemi combinati macchina-capsula.

Elementi come praticità, ingombri ridotti, risparmio economico e non ultima la garanzia di un risultato in tazza sempre perfetto rendono questi sistemi realmente utili al professionista della ristorazione perché in grado di risolvere quei piccoli problemi quotidiani che talvolta penalizzano qualità e servizio.

Infatti, indipendentemente dalle dimensioni del locale, una delle fasi più critiche della giornata è la gestione di quei momenti in cui si registrano picchi di lavoro molto intensi. Anche al momento del caffè. In questo caso i sistemi professionali macchina-capsula sono un valido aiuto poiché permettono di preparare rapidamente e senza sprechi un ottimo caffè espresso. L'introduzione sul mercato delle capsule bidose rappresenta un ulteriore passo in questa direzione, proprio perché offre la possibilità a qualunque operatore di preparare due caffè espressi contemporaneamente.

Brevettata da Caffitaly System e disponibile anche per il sistema Caffè Cagliari 10+, la capsula bidose è la soluzione pensata per quei locali che devono gestire il momento del caffè a fine pasto con un'alta velocità di servizio. Rapidità che non penalizza il risultato in tazza: la miscela contenuta all'interno della capsula infatti, è il Superoro di Caffè Cagliari, già disponibile nella versione monodose e vincitrice del premio Gold Medal all'International Coffee Tasting 2016, sezione Single Serve. Oltre ad una miscela di qualità superiore, la capsula contiene ben 13,5 grammi di caffè già macinato e pressato alla perfezione garantendo quindi un'estrazione ottimale. Una dimostrazione che praticità e rapidità possono essere sinonimo di qualità, indipendentemente dal tempo e dagli spazi a disposizione.

cod 56417

Caffè Cagliari
via Emilia Est 1129 - 41122 Modena
Tel 059 376811
www.caffecagliari.it

Amari, Chine e Fernet
I liquori che aiutano la digestione

di Enrico Rota

I liquori digestivi sono tipici del nostro Paese ed hanno in comune la funzione di digestivo, legato al rito del dopo pranzo, anche se oggi tale funzione d'uso è comune a moltissimi altri liquori. I liquori si ottengono per miscelazione dei vari ingredienti. In teoria la loro produzione sembra più facile rispetto a un distillato. In pratica, però, per ottenere un liquore che esprima veramente i profumi e il gusto degli ingredienti aromatizzanti occorre conoscere molto bene l'arte dell'estrazione delle materie prime soprattutto nel mondo dell'erboristeria. Ancora oggi, infatti, nonostante che l'industria abbia messo a disposizione delle aziende gli estratti (cioè i concentrati), molti liquorifici ricavano le essenze dalle materie prime vegetali con differenti metodi. Gli ingredienti amaricanti dei liquori digestivi stimolano le papille gustative e di riflesso viene stimolata la produzione di succhi gastrici che favoriscono una più veloce digestione. In questa famiglia vengono fatti rientrare abitualmente i prodotti chiamati Amari, Chine e Fernet.

La categoria degli **Amari** comprende una vasta gamma di prodotti, molto eterogenea. Alcuni "molto amari", altri "meno amari". Le ricette infatti (oltre ad una tradizionale e segretissima combinazione di erbe e spezie) differiscono tra di loro per quantità di zucchero e di alcol. Gli amari sono liquori più o meno dolci ottenuti per infusione, macerazione, distillazione di erbe, radici, cortecce, fiori, frutti. Per la loro produzione sono usate erbe amare come la genziana, la china, l'aloe, l'assenzio romano, il rabarbaro, la centaurea, il cardo santo e tante altre ancora. Sono consumati lisci, allungati con seltz o utilizzati nei cocktail e nelle bevande calde (grog e punch). Gli amari sono solitamente colorati con l'aggiunta di caramello che conferisce al prodotto anche una caratteristica particolare. Possono infine essere sottoposti ad un periodo variabile di invecchiamento anche in fusti di rovere.

In questa famiglia troviamo poi le **Chine**. Di origine sempre italiana, si tratta di un liquore ottenuto per macerazione della corteccia di china o chincona (pianta originaria della Cordigliera delle Ande nell'America meridionale) e di altre erbe con l'aggiunta poi di zucchero. Viene tradizionalmente consumata a fine pasto liscia a temperatura abbastanza calda (dai 30 ai 40 gradi).

I **Fernet** hanno origine invece in Corso Porta Nuova a Milano nel 1845, per opera di Bernardino Branca. Sono liquori ottenuti per macerazione e infusione di varie erbe, spezie, radici e fiori; successivamente viene aggiunta dell'acquavite di vino e poi vengono fatti maturare in botte prima di essere messi in bottiglia. Da bere liscio dopo pasto a temperatura ambiente, questo liquore viene anche usato come ingrediente in alcuni soft-drink dissetanti. cod 56406

Anisetta Rosati

Da elisir digestivo a Selezione Fumoir

Conosciuta in farmacia come Pimpinella Anisum, elisir digestivo capace di alleviare disturbi, irritazioni o gonfiori di stomaco, si diffonde poi a macchia d'olio nei ricettari e menu dei più blasonati ristoranti stellati. Oggi è presente anche in tabaccheria con la versione Anisetta Rosati Selezione Fumoir, capace di esaltare la finezza e l'aromaticità in abbinamento ai migliori sigari. Niente a che vedere con i numerosi prodotti da fumo aromatizzati all'anice sempre più apprezzati, come il precursore Anisette di Pedroni, il Toscanello Aroma Anice di Mst e l'ultimo nato Bianco Stellato prodotto da Mosi.

La ricchezza delle proprietà aromatiche e dei profumi ha origine dalle dolci colline del Piceno. L'esposizione soleggiata e le fresche correnti di aria che si creano permettono nei decenni di selezionare un ecotipo di anice verde particolare - Anice Verde di Castignano, oggi Presidio Slow Food - grazie alla straordinaria concentrazione di anetolo (il composto aromatico dell'anice e del finocchio) pari al 94%. Ed è proprio da un'antica ricetta del Premiato Laboratorio Chimico Farmaceutico del Cav. Umberto Rosati di Ascoli Piceno che nasceva, nella seconda metà dell'Ottocento, l'Anisetta Rosati.

Sempre più apprezzata nell'alta ristorazione gourmet e dai migliori barman europei e non solo: moltissimi chef stellati, come Mauro Uliassi, Davide Scabin, Bruno Barbieri e Carlo Cracco, oltre che nella loro carta dei distillati e dei cocktail la impiegano per preparazioni varie, ad esempio marinature, dessert, piccola pasticceria, gelati o addirittura per sfumare risotti. Massimo Bottura all'Osteria Francescana propone Anisetta Rosati con chicchi e crema di caffè on the rocks e Claudio Sadler nel suo ultimo Ristorante in Costa Smeralda con granita di anguria e spuma di cioccolato.

Da non perdere Anisetta Rosati Selezione Fumoir a fine pasto, dopo un buon caffè espresso, servita a 10-15°C in abbinamento ad un sigaro medio robusto naturalmente made in Italy e di fattezza Kentucky. Sorprendente il ménage a trois: sia per il tenore alcolico (38%) che conferisce un gran carattere al bicchiere, sia per l'elegante rotondità e freschezza in bocca persino nell'ultimo puff, grazie al blend di spezie mediterranee riconducibili all'anice verde, finocchio selvatico e ginepro.

cod 55677

Per informazioni: **www.fumoir.it** - **www.anisettarosati.com**

LIMONCETTA DI SORRENTO CONQUISTA MILANO VIA DELLA SPIGA DIVENTA LA STRADA DEI LIMONI

Limoncetta di Sorrento, Gruppo Lucano, affronta la stagione estiva conquistando per tutto luglio via della Spiga, asse portante del "triangolo d'oro" di Milano. Una strada trasformata in un profumato giardino di limoni. In #ViaDeiLimoni, questo l'hashtag dell'iniziativa, verrà distribuito materiale divulgativo su questo premium brand e sui limoni di Sorrento e da un'ape car dedicata verranno serviti in degustazione sorbetti alla Limoncetta. Tutto questo nell'ambito di un'operazione multimediale che prevede anche un concorso.
Acquistando una bottiglia di Limoncetta di Sorrento o Limoncetta Crema fino all'1 settembre si potrà partecipare a "Sotto il Sole di Limoncetta" che ogni giorno mette in palio una shopping card Salmoiraghi&Viganò del valore di 100 euro. L'estrazione finale è molto appetibile: in regalo una shopping experience con un fashion consultant e 1.500 euro da spendere.
Limoncetta di Sorrento (30% vol), liquore 100% naturale senza coloranti né conservanti, nasce nella penisola Sorrentina e viene prodotto con infuso di scorze di Limone di Sorrento Igp, i cui standard di qualità e provenienza sono controllati e certificati dal Consorzio di tutela. (**G.A.**) cod 56379

WHISKY CUTTY SARK OTTIMO COME APERITIVO O NEI COCKTAIL

Berry Bros. & Rudd è una delle più antiche aziende di commercianti britannici dedita alla commercializzazione e alla distribuzione di vini e distillati, essendo nata nel lontano 1698. È nel 1923 che l'azienda, da secoli fornitrice ufficiale della casa reale britannica, diede origine al Blended Scotch Whisky Cutty Sark, creando un Whisky di facile beva rispetto agli standard sino ad allora conosciuti, ideale da sorseggiare come aperitivo e ottimo da usare come base per cocktail. Il nuovo Whisky ebbe subito un enorme successo negli Stati Uniti, tanto da divenire nel 1961 il più venduto tra gli Scotch Whisky.
Riconoscibile dalla sua inconfondibile e iconica etichetta gialla su bottiglia dal vetro verde, il Whisky Cutty Sark prende il nome dal vascello mercantile scozzese, che più volte coprì la rotta Londra-Shanghai verso le Indie, trasportando carichi di lana e tè. Lo stesso vascello è raffigurato proprio sull'etichetta, come a ricordare il coraggio e lo spirito avventuriero che accomunano distillato e mercantile. Ancora oggi rinomato e classificabile tra i migliori Scotch Whisky, il Cutty Sark nasce esclusivamente da Whisky provenienti dalla regione dello Speyside e continua a offrire la qualità e la bevibilità che da sempre lo contraddistinguono.

di Davide Staffa

Con uffici e sedi distaccate anche in Giappone, a Singapore e a Hong Kong, l'impresa è attualmente ben radicata in tutto il mondo e continua a rappresentare un faro guida indiscusso nel mercato di riferimento. Selezionando accuratamente ogni etichetta, tutti i vini e i distillati che entrano a far parte del catalogo della Berry Bros. & Rudd rappresentano una garanzia assoluta e sono sinonimo dei massimi livelli qualitativi. Oggi è un brand di riferimento come selezionatore e imbottigliatore di whisky e di rum. Nella gamma dei distillati di canna da zucchero attuale troviamo in assortimento rum provenienti da Grenada 8 anni di invecchiamento, St. Lucia 14 anni, Jamaica 12 anni, Guadalupa 15 anni, Fiji 11 anni, Guyana 15 anni, Barbados 10 anni, Nicaragua 11 anni e Panama 12 anni, tutti imbottigliati a 46 gradi. I distillati della Berry Bros. sono importati e distribuiti in Italia in esclusiva dalla Cuzziol Grandi Vini di Treviso. cod 56560

Giochi di abbinamenti ...e percezioni

Esistono mille modi di dire sulla parola "gusto", ma a mio parere non è il termine più appropriato quando ci riferiamo al cibo. Piuttosto io utilizzerei "sapore". Il gusto è limitato ad una sola percezione attribuibile ai recettori presenti in parte nella bocca ed in aree ben precise della lingua: il salato, il dolce, l'acido, l'amaro e l'umami o saporito. Ma quello che noi gustiamo non si limita a questi pochi elementi.

Il cibo è composto da tante molecole, per poterle percepire deve intervenire l'olfatto. Con il respiro le molecole passano nella parte retro-nasale dove altri recettori catturano le particelle più volatili: insieme, tutte queste informazioni arrivano al nostro cervello costituendo così il cosiddetto schema-sapore ed attivando - forse la cosa più importante in una degustazione - sentimenti e ricordi. Conoscere gli elementi contenuti nel cibo ci aiuta ad abbinare gli alimenti per trarre sì il miglior benessere, ma anche per realizzare piatti che siano buoni, sani e dal sapore che tocca il cuore.

di Milly Callegari

È bene ricercare quegli alimenti che, pur distanti per gusto tra loro, sviluppano uniti un sapore incredibile. Riunire in una ricetta frutta, pesce, erbe e formaggio ci può far inorridire, ma il sapore ci riporta all'estate. Inoltre non bisogna dimenticare la funzionalità data da nutrienti come la citrullina dell'anguria, un aminoacido molto importante che nel nostro organismo viene trasformato in arginina con azione stimolante sul sistema immunitario e vasodilatatrice sui vasi sanguigni; si aggiunge ad essa la vitamina D del pesce, supportata dal calcio del formaggio, a beneficio, tra le altre cose, delle ossa. Alcuni studi recenti hanno dimostrato un'altra funzione della vitamina D: i suoi effetti positivi su umore, muscolatura e stanchezza psico-fisica.

A chiudere, dragoncello ed acciughe, che permettono di non aggiungere sale. cod 56563

Anguria, acciughe panate, crema di Grana e dragoncello

Ingredienti: anguria tagliata a cubetti, acciughe deliscate, Grana Padano, dragoncello, mandorle, olio d'oliva, farina di tapioca, farina di riso, zest di limone.

Preparazione: tagliare a cubetti l'anguria lasciando anche la parte bianca (è quella che contiene la maggior parte delle sostanze nutritive). Frullare mandorle, dragoncello e Grana nella quantità desiderata, unendo con un filo di olio d'oliva fino ad ottenere una crema. Panare le acciughe con una miscela delle farine in quantità uguale. Cuocerle in forno o friggere in olio di semi. Disporre sui cubetti di anguria la crema e servire con le acciughe spolverate di zest (buccia) di limone.

Forte Village Resort

La Sardegna in uno scrigno

Accoglienza, territorio, gusto, divertimento, sport e relax: la Sardegna, Atlantide di ieri, riprende vita oggi in un resort che a Santa Margherita di Pula (Ca) coniuga il meglio dell'isola con l'ospitalità all'italiana. Lasciandosi alle spalle l'aeroporto di Cagliari, pronti per imbarcarsi in una vacanza da sogno, si passa poco meno di un'ora di viaggio in strada, circondati dalla fiorente vegetazione mediterranea, per giungere infine al trionfale ingresso del Forte Village, più una cittadina che un resort per la completezza di servizi che offre ai suoi ospiti.

Dopo il check in, è una golf car a prelevare l'ospite e a condurlo per i sentieri distribuiti a ragnatela in lungo e in largo per i quasi 50 ettari di estensione della struttura. Non stupisce che la gestione stia valutando un'app simile a Google Maps per muoversi nel resort. Anche la si realizzasse, il consiglio è di perdersi almeno una volta: un lussureggiante giardino come fosse un quadro mediterraneo fa da cornice a diverse tipologie di accomodation tutte attorno, poi bar, vinerie, negozi, piscine e strutture sportive, un susseguirsi costante di attrazioni che interrompono la passeggiata, destinata a terminarsi sulla bianca sabbia del litorale a Sud della Sardegna, l'ultimo lembo di terra prima delle inconfondibili acque a chiazze azzurre e blu di un mare che è annoverato e sognato da tutti.

L'ospitalità

Ma andiamo step by step. Prima le strutture: otto eleganti hotel, tutti ristrutturati secondo gli standard più alti di comfort e servizio; undici ville per coloro che scelgono una privacy da sogno, con le new entry Villa Isa-

bella e Villa Azzurra, immerse nel verde e caratterizzate da elementi distintivi tipici del territorio; oltre una quarantina di suite.

Colpisce Villa del Parco, che insieme alla vicina Acquaforte Thalasso & Spa diventa protagonista di un inverno all'insegna del benessere. Ed è bene ricordare che in questo particolare territorio, caratterizzato da un microclima unico nel Mediterraneo, parlare di inverno è relativo: la bella stagione dura fino ad ottobre e le giornate di sole, in un anno, toccano quota 300. Le Dune, d'altro canto, è una zona, immersa nel verde costeggiante i sentieri e ricca di bungalow e suite, ideale per chi cerca un servizio di prima classe a due passi dal mare. L'Hotel Castello, poi, con affaccio sulla spiaggia, vanta tra le ampie camere alcune suite del quarto e quinto piano con un panorama invidiabile che abbraccia tutto il Mediterraneo di fronte.

Il gusto

Ci si creda o meno, questo complesso conta 21 ristoranti, 80 cuochi e una cantina con oltre 600 etichette selezionate tra italiane ed internazionali. Numeri esorbitanti capaci di offrire evidentemente all'ospite una scelta gastronomica che spazia dalla cucina locale, quella delle eccellenze a km 0, fino a quella più lontana, esotica, tropicale. Mi viene in mente in questo senso il ristorante peruviano guidato dalla cuoca Sheilla dell'Inkanto di Milano: tipiche ricette sud americane, quelle di una cucina che è sempre più in ascesa nel panorama della gastronomia internazionale, arricchite però dalle esperienze culinarie vissute tra Usa e Italia. O ancora, il risto-

rante vegetariano firmato dal Cookies Cream di Berlino, incentrato su gusto e sperimentazione.

Naturalmente, si contraddistinguono in questa vasta offerta le firme di alcuni nomi di spicco della cucina italiana e non solo: sono infatti Gordon Ramsay, Rocco Iannone, Antonello Arrus e Gianluca Fusto alcuni dei grandi protagonisti dei fornelli che firmano i piatti della ristorazione Forte Village. A loro durante la stagione estiva se ne aggiungono altri, come il noto chef star Carlo Cracco o i bistellati milanesi-pugliesi Alessandro Negrini e Fabio Pisani.

Gordon Ramsay

Si capisce quanto l'enogastronomia abbia un peso preponderante nell'offerta del resort: un esempio su tutti è la cena evento Gordon Ramsay & Friends, con ospiti il già nominato Carlo Cracco, insieme ai bistellati Giuseppe Mancino (Il Piccolo Principe del Grand Hotel Principe di Piemonte a Viareggio) e Massimiliano Mascia (San Domenico di Imola).

Il cuoco imprenditore scozzese, noto volto della televisione in tutto il mondo, che al Forte Village conta uno dei suoi due ristoranti aperti in Italia (l'altro in Toscana) ha di recente presentato il nuovo menu, un giusto mix tra abbinamenti originali, tecniche innovative e prodotti severamente del territorio.

Celebrity Chef Nights

Durante la stagione estiva, per i mesi di luglio e agosto, tra il blu della volta celeste e l'azzurro del Mediterraneo, alcuni tra i massimi esponenti della cucina internazionale saranno per 3 giorni ospiti delle cucine del resort sardo, per regalare agli ospiti un'esperienza gourmet unica. Tra questi Terry Giacomello*, Giuseppe Mancino**, Franck Reynaud*, Andrea Berton*, Sylvestre Wahid**, Alfons Schuhbeck*, Theodor Falser*, Cristoforo Trapani*.

Cosa fare al Forte Village

Un elenco delle attività risulterebbe quasi superfluo: sarebbe più rapido far sapere ad eventuali ospiti cosa manca al Forte Village. I bambini, innanzitutto, vengono messi al centro dell'offerta di divertimento del resort: quelli più piccoli hanno a disposizione un'animazione dedicata con uno staff qualificato, poi oasi di gioco, mascotte, sport e

laboratori di ogni genere fanno da contorno alla loro giornata (a loro dedicato anche un “piccolo ristorante gourmet”).

Il divertimento non manca nemmeno per i più grandi, che possono dedicarsi ad una giornata di relax, nel caso si verificasse uno di quei 65 giorni non di sole, all’interno dell’Acquaforte Thalasso & Spa, con percorsi studiati ad hoc per ogni esigenza, vasche di acqua marina ricche di magnesio, massaggi per ogni esigenza e medici competenti in grado di guidare l’ospite verso il raggiungimento di un equilibrio psicofisico ideale dopo un anno di stress lavorativo. Ma le alternative non mancano: un cocktail nel bellissimo bar a tema Tiki, con cuscini hawaiani, musica swing e caraibica e tanto divertimento; un Acquapark per tutta la famiglia, con tra l’altro una piscina olimpionica e 7 lunghi scivoli; e ancora, tante accademie sportive, tra hockey, tennis, calcio, scacchi e scherma.

Insomma, ce n’è davvero per tutti i gusti: il Forte Village è uno di quei resort che, una volta conosciuto, è quasi impossibile da rimpiazzare. Se poi, un po’ per fortuna un po’ per buona organizzazione, si capitasse al resort cinque stelle lusso durante i concerti di personaggi come (quest’anno) Sting e Tom Jones, il quasi appena sopra diventerebbe superfluo. cod 56490

Forte Village Resort
ss 195 - 09010 Santa Margherita di Pula (Ca) - Tel 070 9218818
www.fortevillageresort.com

Diamonds Mequfi Beach
Relax e natura incontaminata

Una **spiaggia immacolata che si tuffa nell'Oceano Indiano** circonda il **resort Diamonds Mequfi Beach**, dove fare **escursioni** alla scoperta dei tesori di un **territorio vergine** e **sport acquatici** come l'adrenalinico kite surf

Siamo in Mozambico, destinazione esclusiva dedicata ai viaggiatori alla ricerca di un'esperienza memorabile, tra riserve naturali inesplorate e arcipelaghi rimasti fuori dal tempo; per la precisione ci troviamo nella zona di Pemba, tra le più intatte del Paese. Ed è proprio qui, tra le dune che portano dalla savana al mare, che sorge questa magnifica struttura, ultima nata dei Diamonds Hotels & Resorts, brand luxury di Planhotel Hospitality Group che identifica le top location caratterizzate dall'attenzione alle esigenze di ciascun cliente grazie a servizi personalizzati e standard qualitativi altissimi, in grado di rendere ogni soggiorno straordinario e indimenticabile.

Punto di forza di Diamonds Mequfi Beach, in linea con la filosofia Diamonds, è l'eccellenza della ristorazione che offre, accanto al meglio della cucina italiana e internazionale, tante proposte legate alla tradizione locale, preparate con materie prime selezionate che grazie alla maestria degli chef si trasformano ogni giorno in piatti diversi e dai sapori sorprendenti.

La cucina del Mozambico è fortemente contaminata dall'influenza portoghese. Tra i piatti tipici troviamo infatti l'Arroz açafrão, un riso allo zafferano con pesce e pollo che ricorda la paella, il classico Caldo verde, la minestra di cavoli servita con pão de broa a cui si aggiunge una fetta di chouriço e tanti secondi a base di baccalà, dal Bachalhau com batatas, servito con crema di farina e patate bollite, alla Bachalhoada, un pasticcio con olive, pomodori, cavolo, prezzemolo, cipolla, aglio e uova in umido, all'immancabile Bachalhau frito.

foto R.Patti

Tre i ristoranti a disposizione degli ospiti: Assinatura, situato su un pontile innalzato con spettacolare vista sulla piscina, serve una sontuosa colazione all'americana a buffet e a pranzo e cena piatti internazionali e locali à la carte, mentre il Sea You Restaurant, aperto solo la sera, propone pesce freschissimo in un ambiente raffinato. Infine, per chi desidera uno spuntino o non vuole rinunciare alla pizza c'è il Brisa do Mar, aperto non stop fino alle 18.

Legata al food è anche una delle Extraordinary Experience - le proposte esclusive che si possono vivere solo in un luogo al mondo e solo con i Diamonds Resorts - di Diamonds Mequfi Beach. Si tratta del Picnic Gourmet, grazie al quale gli ospiti potranno godersi una passeggiata sulla spiaggia incontaminata e rilassarsi all'ombra delle rocce, dove potranno gustare un "pranzo al sacco" con tanti sfiziosi assaggi a cavallo tra sapori mediterranei e africani.

L'offerta culinaria è uno dei tratti salienti del resort, ma non certo il solo. Imperdibili sono le uscite in barca per assistere al passaggio delle balene che, soprattutto tra giugno e ottobre, costeggiano il litorale, accompagnati da un biologo marino che svelerà i segreti della ricchissima vita sottomarina e le romantiche passeggiate a cavallo sulla spiaggia, deserta e selvaggia, ideali all'ora del tramonto. Diamonds Mequfi Beach infatti è una destinazione perfetta anche per coppie o sposi in viaggio di nozze in cerca di un po' di quiete, magari dopo un safari nel famoso Parco Nazionale di Gorongosa tra leoni, elefanti e giraffe, o un'escursione all'Arcipelago Quirimbas, tra foresta costiera, barriere coralline e tartarughe marine. cod 56367

Per informazioni:

www.planhotel.com

Valeria Piccini

40 anni da Caino

Attraverso una strada lunga e ripida si arriva nel **borgo di Montemerano**, Manciano (Gr): qui, tra **angoli romantici**, **case in pietra** e **vicoli ciottolati** soprawive da 40 anni **una vera istituzione della Cucina italiana, Da Caino**

A voler ben vedere, si può risalire ancora più in là nel tempo: era il 1971 infatti quando Angela e Carisio (detto, appunto, Caino) aprirono una rivendita di vino. Da quella semplice attività oggi è scaturito un locale che annovera oltre ad una tra le migliori reinterpretazioni della cucina toscana, anche (ben) due stelle Michelin, merito in primis della cuoca **Valeria Piccini**, membro Euro-Toques, Le Soste e Jre Italia.

Un viaggio lungo, quello di Valeria, che non accenna a rallentare: «Lo dico sempre ai miei ragazzi - spiega la cuoca - finché ho voglia di sperimentare con voi, finché mi emoziono nel creare nuovi piatti e sto bene in cucina, allora posso andare avanti. Smetterò soltanto quando finirò l'entusiasmo». Un entusiasmo che, come ha felicemente dichiarato la stessa Valeria, è contagioso reciprocamente, tra lei e i suoi ragazzi. Un team unico, che insieme realizza quella che è la cucina firmata Valeria Piccini, una cucina immediata dai gusti decisi che sanno di Maremma e di costante ricerca.

Si parte dalla tradizione e la si supera senza però mai dimenticarla. Il tutto in nome di un'eleganza e di un'immediatezza di piatti di alta cucina che non hanno però biosgno di mediazioni per essere capiti e gustati. I sapori forti e precisi allo stesso tempo, giocano su contrasti di aromi, consistenze e temperature. L'aspetto estetico è curato, ma sono il gusto, il bello e il buono ad essere i veri protagonisti. E tutto, lo ripetiamo con un

approccio facile, frutto di tanto lavoro che non lascia nulla al caso.

Questa cucina, viva e moderna in tutti questi anni, Valeria tenta di identificarla attraverso alcuni piatti-simbolo, ma, lo ammette lei stessa, «in quarant'anni i grandi piatti sono stati davvero tantissimi». Le viene in mente il Raviolo all'olio, «un piatto che entrerà nella prossima carta, ma che ha già una sua storia alle spalle, ha vinto in Spagna il Concorso per i migliori piatti a base di olio d'oliva, era il 2004». Accanto a questo si annoverano altre interpretazioni come il Tortello di cinta in brodetto di castagne e gallina o i Tortelli cacio e pere: «Amo le paste ripiene, ne vado ghiotta».

Passando oltre, c'è il cinghiale, presente attualmente nel menu di Caino: «Viene servito su una piccola griglia, come a ricordare la tradizione della bistecca di cinghiale grigliata, ma in realtà è pancia di cinghiale cotta a bassa temperatura con la cotenna croccanta, servita con verdure alla griglia». Viene versato del liquido sul piatto, per creare l'effetto fumo che farebbe normalmente se fosse su una griglia, un modo questo per «ricordare la tradizione, che per me conta tanto».

Come il cinghiale, anche l'Agnello e dintorni richiama la tradizionale cucina toscana alla quale Valeria sempre s'ispira: «Vengo da una famiglia contadina; ricordo che, quando s'ammazzava un animale per mangiarlo, bisognava consumare tutto. Ecco perché in questo piatto non propongo solo le classiche costolette, ma tutto, la guancia, la lingua, il cervello, l'animella». Un tema, questo, che ad oggi è centrale nella Cucina italiana, ma che nella cucina di Valeria Piccini è da sempre un caposaldo imprescindibile.

È grazie anche al suo lavoro se oggi la Cucina italiana è più ricca e può evitare di essere costretta negli stili stereotipati dei tanti critici che pronosticavano un futuro senza emozioni, fatto di spume e senza consistenza...

«Da me non arriva una lombata o un petto, ma l'animale intero, bisogna saperlo lavorare tutto». Valeria ha la Toscana nelle vene e la storia contadina nel cuore, compra solo animali interi ed è lei a lavorarli, perché questo è ciò che le piace fare, perché vive in una terra che glielo permette, la Maremma.

La filosofia di Valeria Piccini si ritrova anche al Winter Garden by Caino dell'hotel St.Regis di Firenze.

 cod 56212

Caino Montemerano Ristorante
via della Chiesa 4 - 58014
Montemerano, Manciano (Gr)
Tel 0564 602817 - www.dacaino.com

Ciro Amodio

Angolo di gusto nei Quartieri Spagnoli

Nuova insegna per la catena di salumerie-gastronomie della famiglia Amodio, tra i vicoli di uno dei quartieri più popolari del centro di Napoli, dove la genuinità dei prodotti parla di passione, tradizione e coraggio.

Napoli. Quartieri Spagnoli. Un intreccio di vicoli e viuzze gonfio di roboante umanità. Una moltitudine di palazzi decadenti, ammassati gli uni su altri. Un'infinità di crocevia anonimi, non curati, ma lasciati all'incuria del tempo che passa senza riguardo.

Un bivio. Via Nardones 93: un angolo di microcosmo baciato dalla fortuna o semplicemente dal desiderio di cambiamento di una famiglia, quella degli Amodio, che inaugurano a questo civico un "casanduoglio" (antica salumeria napoletana) di eccellenza. Una pizzicheria monomarca, firmata Ciro Amodio, che è l'esatta evoluzione del concetto di vendita al dettaglio di prodotti della tradizione gastronomica partenopea, applicato alla modalità di consumo del take-away.

Pane fresco, taglieri di salumi e formaggi misti, primi piatti, mozzarelle e latticini di produzione propria. Un'ostinata passione per la qualità del buon cibo, che ancora una volta incontra il senso estetico di Costa Group (su progetto dell'architetto Jacopo Bucchioni), a confermare il sodalizio tra le due aziende.

Piastrelle che giocano sul contrasto bianco/nero a disegnare geometrie irregolari sulle pareti degli interni, scaffalature e banco a vista, soffitto in legno naturale decorato con elementi grafici del celebre marchio Amodio: il tutto a ricreare l'ambiente accogliente, pulito, genuino e familiare delle botteghe alimentari di una volta. cod 56477

Ciro Amodio
via Nardones 93 - 80132 Napoli
Tel 800 248383
www.ciroamodio.it

"Memorie", il ritorno a casa di Felix Lo Basso

Solo una **simpatica "testa matta"** come **Felice Lo Basso** poteva pensare di aprire un **ristorante in abbinamento con una sartoria**, quella prestigiosa di **Angelo Inglese**, sarto pugliese conosciuto e apprezzato in tutto il mondo

di Sandro Romano

Di primo acchito può sembrare un abbinamento inusuale, addirittura stravagante, ma conoscendo bene Felix e quanta concretezza è stato capace di dare ai suoi progetti negli ultimi anni, era necessaria una verifica sul campo. Così, mi sono recato a Trani per meglio comprendere cosa fosse "Memorie". Prima di tutto è un ritorno a casa per il cuoco pugliese. Ma non un ritorno che rinnega tutto il suo precedente percorso, anzi lo valorizza proprio perché è affrontato con la maturità derivata dalle precedenti esperienze, che partono con la meritata stella Michelin conquistata nel 2011 a Selva di Val Gardena (Bz). Molti si sarebbero fermati, lui no. Nel 2016 decide di cambiare tutto, parte dalla montagna e comincia la sua (allora inconsapevole) discesa verso il livello del mare. Lascia, infatti, l'Alpenroyal Grand Hotel e scende dai 1.563 metri di altitudine della città dell'Alto Adige al 20° piano della WJC Tower di Milano presso l'Unico, il ristorante più alto d'Italia, dove in pochissimo tempo conferma la stella.

Ma di lì a poco ecco arrivare un altro nuovo prestigioso progetto. Scende ancora, questa volta al quinto piano di Piazza Duomo a Milano, dove Lo Basso si trasforma in chef imprenditore e apre, insieme alla socia Emiliana Ferraroni, il Felix Lo Basso Restaurant, location mozzafiato con vista pazzesca sul Duomo. Durante tutti questi passaggi la cucina del cuoco pugliese, di anno in anno, si fa sempre più matura al punto che, anche qui, passano pochi mesi e la Michelin gli conferisce di nuovo la stella.

È proprio lì che io e Felice ci siamo visti l'ultima volta. Era marzo 2017 e in quell'occasione ho pensato davvero che si fosse fermato, almeno per un po', e invece, dopo un annetto, vengo a sapere della nuova apertura a Trani, bellissima città adriatica a pochi chilometri da Molfetta (Ba), sua città natale, dove verrà ogni mese per curare personalmente la cucina, affidata in sua assenza al sous chef Giuseppe Boccassini e alla giovane brigata. Il locale si presenta elegante ma non pretenzioso, tutto giocato sui toni del grigio con piccoli tavoli tondi e fiori alle pareti, sedie "pezzate" blu, beige e marroni e una gradevole musica di sottofondo. Un'esposizione di lavori di Angelo Inglese, il sarto di Ginosa che ha firmato camicie per molti "grandi" della Terra, completa il rilassante ambiente. Ma non si ferma qui il progetto in partnership con Inglese, il quale ha realizzato anche le giacche di tutta la brigata e firma il particolare allestimento dell'Apecar con il quale, in occasione di alcuni eventi, i clienti saranno accompagnati a visitare le bellezze della città pugliese.

La cucina di Felice Lo Basso è soprattutto sostanza e qualità della materia prima, rispettata e valorizzata con inusuali abbinamenti, ma è anche molto attenta all'estetica e all'eleganza. La mia degustazione parte in modo molto scenografico con: Bavarese alla mozzarella e tartufo con cialda salata alle erbe e vellutata di piselli, Marshmallow salato al parmigiano e olive nere, Pan brioche di farina integrale con prosciutto di agnello e confettura di albicocche, Cozza farcita con patate e prezzemolo, Cioccolatino di "pric o prac" (una tipica conserva molfettese). Seguono tre ottimi antipasti: Riso patate e cozze rivisitato; Tonno rosso crudo in pinzimonio; Triglia, albicocca al Porto, raviolo fritto di borragine, ricotta vaccina e chips di riso nero, il piatto che più di tutti mi ha colpito per armonia e gusto.

foto Pietro Amendolara

Il primo piatto che ho voluto assaggiare è un classico della cucina di Lo Basso, La parmigiana in un risotto, che il cuoco molfettese ha dedicato a sua madre ricreando i sapori della sua parmigiana. Come secondo lo Sgombro in "cialledda", un altro interessante connubio tra il mare e la campagna di Puglia. Chiusura affidata alla Confettura di pomodoro, crumble di cacao, gelato alla melissa e spuma di vaniglia, pre-dessert preparatorio alla Delizia al limone e yogurt.

A tutto pasto ho bevuto un eccellente Kerner 2017 Strasserhof, scelto tra le circa 150 etichette italiane, francesi, slovene, tedesche e austriache in carta. Ottimo anche l'assortimento di distillati, curato dal maitre Antonio Lo Basso, fratello di Felix. Il ristorante propone anche 3 menu degustazione a 55, 70 e 80 euro, che consentono di comprendere appieno l'idea gastronomica dello chef pugliese. cod 56357

Memorie Restaurant di Felix Lo Basso
Lungomare Cristoforo Colombo 160 - 76125 Trani (Bt) - Tel 0883 1794315
www.memorie-felixlobasso.it

Alta cucina al Castello di Spilimbergo Frutto della filosofia di Marco Talamini

foto Riccardo Moretti

Il luogo è unico, il **Castello di Spilimbergo** (Pn). Qui ha sede il **Ristorante La Torre**, guidato da **Marco Talamini**, membro di Euro-Toques, e **Massimo Botter in sala**. Una location che equivale a una marcia in più

di *Gabriele Ancona*

Un po' come partire con il piede giusto. «Certo - conferma Marco Talamini - è probabilmente il luogo dove si fa ristorazione più bello del Friuli. Qui vengono da tutta la regione, ma anche da Austria e Slovenia. La nostra clientela, nella bella stagione, è composta anche da francesi e belgi: sono i nipoti di chi è dovuto emigrare che tornano alle proprie radici».

Il Castello ha un impatto scenografico notevole, che viene però completato e ulteriormente valorizzato dal duo Talamini-Botter. «Massimo - precisa Marco Talamini - è qui dal 1993. Io l'ho raggiunto nel 2000. Ormai sono 18 anni».

Nato a Cortina d'Ampezzo (Bl) nel 1960, Marco Talamini ha frequentato la scuola alberghiera di Falcade, sempre nel Bellunese, per poi spostarsi da una cucina all'altra in lungo e in largo per l'Italia e l'Europa. Nel 1987 torna in Veneto, dove apre ad Asolo (Tv) il Ristorante Bacco Tabacco, che dopo nove anni gli varrà una stella Michelin, confermata l'anno successivo (1997) nel nuovo ristorante di Padova. Ma Talamini vuole allargare gli orizzonti e si mette di nuovo in viaggio. Vola alto e

approda a Spilimbergo con alle spalle anche l'esperienza nelle cucine di Peck e di Sadler. Nel castello si è impegnato, passo dopo passo, a traghettare La Torre da una ristorazione buona e dignitosa a una di livello superiore.

«Con una particolarità. Proporre una cucina raffinata, ragionata e curata - spiega il membro Euro-Toques - a prezzi equilibrati. Direi che ci siamo riusciti. La guida Ristoranti d'Italia 2018 del Gambero Rosso ci ha premiati nella sezione Miglior rapporto qualità/prezzo». Tradotto in cifre, il menu degustazione, il più caro e articolato (sei portate), è proposto a 60 euro. E se si aggiunge il percorso di vini al calice studiato da Massimo Botter, il conto si ferma a 80.

Marco Talamini elabora una cucina di ricerca che segue le stagioni. La carta viene comunque rinnovata ogni cinquanta giorni mantenendo fissi tre piatti, che cambiano con la stagionalità.

In questi giorni punti fermi, per esempio, sono il Frico morbido con la regina di San Daniele e l'Orzotto mantecato con erbette rosse e formaggio Asìno.

Tre è comunque un numero ricorrente nel suo intendere la cucina. «Applico con rigore la filosofia del tre. Nel piatto - sottolinea - non deve regnare la confusione. Quindi, un solo elemento portante con altri due che lo esaltano. E poi tre consistenze e tre sapori».

Cucina da vertice, immediata e comprensibile, a prezzi contenuti. Servita in un castello. Cosa volere di più!
cod 56147

Ristorante La Torre
nel Castello di Spilimbergo
Piazza Castello 8 - 33097 Spilimbergo (Pn) - Tel 042 750555
www.ristorantelatorre.net

Marco Talamini

MISCIA AD ANCONA CLASSE E SEMPLICITÀ IN CUCINA

di Claudio Riolo

Chi viaggia per lavoro o per diletto ama e ricorda le stazioni ferroviarie, con il mosaico di case, negozi, ristoranti, trattorie, ostelli, alberghi. Ad Ancona, dal marciapiede delle carrozze (oggi autobus e taxi) si nota di fronte, nell'angolo di destra, l'insegna di Miscia, il ristorante che Andrea Miscia ha aperto nel 2014. La sala si nasconde dietro al bar, accogliente e riposante nelle varie tonalità di grigio, con le foto artistiche in bianco e nero che risaltano ancor più l'immagine seppia, incombente, del caratteristico trabocco per la pesca in Adriatico. Sono in quattro, Andrea in cucina e sala, secondo la tradizione del classico cuoco patron, Luca Magnini in cucina, cortesissime e competenti le ragazze Ketty e Cecilia.

Il padre Umberto, Ayrton Senna e Danilo Tornifoglia sono i tre numi per la professione di Andrea; a vario titolo e in tempi diversi hanno contribuito alla sua crescita professionale. Umberto Miscia dal 1969 apriva il ristorante La Casa del Pescatore da Miscia. Dopo la morte del padre nel 1982, Andrea seguì il ristorante con la mamma e il fratello; quindi scelse un'attività di catering. Fu così che incontrò Ayrton Senna e Il campione gli chiese di imbandire un banchetto per 400 ospiti al Campionato di Formula 1 a Monza. Pesce fresco per tutti, fu il primo di tanti successi.

Il terzo nume tutelare fu Danilo Tornifoglia, il cuoco artista e letterato, teatrante e gaudente, Monsignor Della Casa della ristorazione.

Il menu del ristorante tiene conto che si lavora tutto l'anno e non solo pochi mesi come chi si affida all'offerta turistica. Il menu è condizionato dall'offerta del mercato, per esempio: antipasti della tradizione Miscia, piovra con patate e timo, insalata di mare, verdure croccanti, sauté di moscioli; chitarrine con ragù bianco di mare, tagliatelle nere con fiori di zucca e pesce, ravioli con ricotta, limone, pomodorini e mazzancolle, spaghetti e vongole; lombata di tonno con tortino di melanzane, frittura di pesce e verdure secondo mercato; anche curati piatti di carne. Ogni giorno si propongono tre antipasti, che in realtà sono la variante di uno; quattro primi e tre secondi: baccalà alla ferrovia; seppie con ortaggi di stagione, in alternativa ai piselli, con carciofi, fave, cardi; pescato del giorno. Settimana per settimana si svelano varianti, per esempio il pesce azzurro. La carta dei vini è basata sui vignaioli locali, i migliori. Due piatti escluso vino 35 euro. cod 56565

Vino e Cucina Miscia
Piazza Rosselli 24 - 60126 Ancona
Tel 071 9694819
www.vinoecucinamiscia.com

VACANZA RELAX IN TRENTINO ALL'AGRITUR MALGA MORTIGOLA

AGRIGUSTA

di Alessandro Maurilli

In un Trentino meno battuto dai flussi turistici, ma affascinante e spettacolare, ai piedi del Monte Baldo, a 1.200 m di altitudine con vista mozzafiato sulla Vallagarina, sorge l'Agritur El Casel Malga Mortigola. A colpire sono subito il panorama di montagna e il grande spazio attorno all'Agritur che garantiscono ore spensierate all'aperto e vacanze rilassanti a stretto contatto con la natura e gli animali della malga grazie al servizio di Fattoria didattica. Offre ai suoi ospiti un'atmosfera familiare e l'opportunità di gustare prodotti genuini e piatti tipici trentini.

Tre fratelli e le loro famiglie al lavoro: Leonardo produce il formaggio e si occupa dell'ospitalità con la moglie Marina, Lorenzo il vino con l'etichetta Bongiovanni e Marco si occupa del ristorante che si basa quasi esclusivamente su materie prime dell'azienda. Il menu degustazione è da provare per un'esperienza completa, ma per assaporare i piatti della carta proposta occorre tornarci (e non sarà per niente un sacrificio). cod 56583

Agritur El Casel Malga Mortigola
loc. Mortigola - 38060 Brentonico (Tn)
Tel 0464 391555
www.agriturmalgamortigola.it

ROMA EAT&DRINK

RISTORANTE "CENTRO" TUTTE LE ESPRESSIONI DELLA PASTA FRESCA

di Mariella Morosi

Dopo le esperienze da Baccano, da La Zanzara e da Vos, Salvatore Testagrossa si è insediato nella cucina di "Centro", il locale aperto due anni fa da quattro amici nella centralissima via Cavour. Ha carta bianca, il giovane chef di esperienza anche internazionale, ma con la passione per la pasta fresca, e così il bancone all'ingresso è un laboratorio a vista dove prendono forma fettuccelle, tonnarelli, ravioli e gnocchi. Le 30 uova per 1 kg di farina rendono l'impasto molto elastico e dorato. Ma "Centro" coniuga le diverse esigenze della clientela, a tutte le ore, dalla colazione alla cena, passando per il pranzo e l'aperitivo.

Tra gli antipasti segnaliamo l'Insalata di polpo verace con mattonella di patata americana, salsa di agrumi, capperi, olive taggiasche e cipolla rossa di Tropea e il Tris di crostini gourmet con burrata di Andria. Tra i primi da non perdere gli Gnocchi di patate all'Amatriciana con pomodoro, guanciale del viterbese e pecorino romano Dop. Tra i secondi c'è il Trancio di branzino pescato alla piastra con verdure al wok, crumble di nocciole e maionese ai lamponi. Imperdibili i Gamberi "bum bum" marinati alla tequila "Espolon Blanco" con sale maldon affumicato e succo di lime.

In chiusura i dolci. Impossibile resistere al Maritozzetto al tiramisù e alla Sfera di cioccolato fondente con spuma al Bailey's e crumble di nocciola. Interessante la carta dei vini e dei cocktail d'autore, firmati da Fabio Fedele con la collaborazione della barlady Simona Giampaolo. Le proposte vanno dai classici agli originali con distillati e sciroppi fatti in casa. Da provare l'Americanino, il Celery Fizz, l'Holland Bloom, il Te Mato, l'Apocalypto, il Clover Club e il Bullet over Broadway. cod 56566

Ristorante Centro
via Cavour 61 - 00184 Roma
Tel 06 48913935 - www.ristorantecentro.it

BOLOGNA EAT&DRINK

BIO'S KITCHEN LA RIVINCITA DEL BIOLOGICO

di Giuseppe De Biasi

A guardare con occhio smaliziato (e da bolognese attento) sembra che la legge del contrappasso gastronomico abbia colpito ancora. In via Galliera 11, proprio di fronte all'elegante settecentesco Palazzo Aldovrandi Montanari, nelle sale dove fino a qualche stagione fa vigeva la corte della sfoglia d'autore, fatta di tortellini, lasagne e tagliatelle al ragù, indifferente al colesterolo, della più ortodossa tradizione felsinea di Alessandra Spisni, da pochi mesi si sono magicamente trasformate nel salutista "Bio's Kitchen".

Un progetto ristorativo nato a Rimini quattro anni fa da un'idea di Terra&Sole, da 25 anni punto di incontro per i consumatori di prodotti biologici e naturali, che affidandosi alle sapienti doti di due creativi chef come Marco Bonardi e Pier Giorgio Parini (dal 2017 responsabile Ricerca e sviluppo), hanno allestito un menu attento ai principi della dieta sequenziale e alle intolleranze alimentari, basato su ingredienti biologici certificati, in gran parte verdure e cereali, ma dove non mancano pesce e carne.

La sera alla carta troviamo entrée sfiziose come la Tempura di verdure con pastella vegetale in frittura leggera, agrodolce d'agave e aceto di mele (10 euro), primi interessanti come gli Strozzapreti di farro con carciofi brasati, chips di carciofi e pecorino di grotta (10 euro) oppure un secondo di pesce come il Calamaro rosolato con battuto di verdure all'antica (18 euro).

Non mancano le pizze preparate con farine di grani antichi di Romagna, farro o kamut e a lunga lievitazione, e dolci peccati di gola come il Parfait al pistacchio con salsa di lamponi e anacardi sabbiati (6 euro). cod 56512

Bio's Kitchen
via Galliera 11 - 40121 Bologna
Tel 051 4381562
www.biositalia.com/it/bios-kitchen-bologna

MASSERIA BAGNARA IL PIACERE DEL BENESSERE IN PUGLIA

Circondata dalla campagna illuminata dal sole e a pochi passi dal mare cristallino del Salento tarantino sorge la Masseria Bagnara Resort & Spa. L'edificio, ristrutturato con maestria, ha recuperato le parti più antiche di una dimora contadina del XVII secolo. I materiali tipici della Puglia quali il tufo, la pietra grigia e bianca utilizzati per il restauro, le volte a stella, il pavimento formato da chianche come pure le pagliare salentine, ovvero i trulli in versione locale, conservano lo spirito originario e rafforzano il legame con il territorio.

I vecchi ricoveri notturni degli animali, qui chiamati "suppenne", sono stati trasformati in camere e suite, allestite con mobilio fatto su misura, arredi dai colori tenui e oggetti in ceramica. Particolare l'Hystorical Room, interamente in pietra, creata all'interno del trullo salentino dove il soffitto della pagliara è stato sostituito con un lucernario in vetro. La piscina esterna, posta su un livello superiore rispetto all'area della corte, è dotata di solarium da cui si può godere lo splendido panorama che circonda la masseria.

La spa dispone di Hammam e, su prenotazione, offre corsi di yoga e fitness. La carta dei trattamenti spazia dai massaggi tonificanti a rituali per il benessere. Il massaggio Mediterraneo, ad esempio, conduce a un completo rilassamento. Una manualità avvolgente che si sussegue ritmicamente e scivolamenti lunghi creano nel corpo uno spostamento delicato di liquidi intra ed extra cellulari, stimolando così il flusso naturale. Per rallentare il processo d'invecchiamento e per chi soffre di sonno agitato è suggerito il rituale del sonno che, grazie alla preziosa miscela di oli essenziali, al tocco delicato e alle soavi melodie, trascina in uno stato di tranquillità assoluta.

di Lucia Siliprandi

Scioglie le tensioni muscolari ed elimina le tossine il Bagnara Armonic massage dove, grazie agli oli essenziali, a tecniche decontratturanti e drenanti e ad una manualità che segue le onde del mare si riacquista l'energia vitale.

cod 56589

Masseria Bagnara Resort & Spa
strada provinciale 125 - 74020 Lizzano (Ta) - Tel 0999 558337
www.masseriabagnara.it

CLANDESTINO SUSCI BAR A PORTONOVO UNA DEGUSTAZIONE DELLA CULTURA VICHINGA

Quest'anno la stagione del Clandestino è aperta dal 29 marzo scorso e i protagonisti sono i Vichinghi, la popolazione scandinava che, tra il 793 e il 1066, solcò i mari di tutta Europa per guerre, commercio ed esplorazioni. Partendo dall'ampia scelta di ingredienti utilizzata dai prodi Vichinghi, i cuochi Moreno Cedroni e Luca Abbadir hanno creato un variegato menu selezionando gli ingredienti e abbinandoli sapientemente. Ogni piatto è stato intitolato ad un'antica divinità della tradizione vichinga.

Ecco le novità del Clandestino Sushi Bar:

- Njord - Alghe - Cedronic
- Sigurd - Carne cruda
- Bùri - Sgombro Salato
- Thor - King Crab
- Gullveig - Sarde affumicate
- Frigg / Freyja - Stoccafisso norvegese e baccalà
- Odino - Idromele
- Valkyrja - Olivello spinoso.

cod 56500

Clandestino Sushi Bar
località Portonovo - 60020 Ancona
Tel 071 801422
www.morenocedroni.it

PANETTERIA E BISTROT
BOULAGERIE ÉGALITÉ SEDUCE MILANO

MILANO EAT&DRINK

di *Gabriele Ancona*

Dal petit déjeuner all'after dinner, in centro a Milano. Inaugurata da un paio di mesi, la Boulangerie Égalité ha un'anima francese che si miscela con garbo alle mille contaminazioni della città. Una formula che porta le firme dell'architetto Tiziano Vudafieri e del maestro panificatore **Thierry Loy**. Un locale caldo, essenziale e luminoso (sette vetrine su due strade) dominato dai banchi espositivi e dal grande laboratorio a vista: il forno è contiguo alla sala. «Utilizzo un metodo di panificazione di inizio '900 servendomi della tecnologia di oggi», spiega Loy. Un professionista affermato (tre panetterie in Francia) e un puro cultore della materia che a Milano propone 12 tipologie di pane sempre fresco grazie a 5 sfornate quotidiane. Impasto ad alta idratazione con 72 ore di lievitazione e utilizzo di antiche varietà di grano e di farine (bianche e nere) provenienti da un mulino centenario, la Minoterie du Trièves, nelle Alpi francesi. Farine da agricoltura responsabile o biologica.

Simbolo del locale è il pan Égalité, una ricetta della Fraternité che risale ai tempi della Rivoluzione, quando furono miscelate le farine del popolo con quelle della decaduta classe dominante. Il pane di oggi, rielaborato da Thierry Loy, nasce da farine di orzo, segale, avena, castagne e grano. Ma il pane non è solo asporto, diventa base per accompagnare tipicità francesi, dai formaggi ai prodotti ittici. L'offerta di Égalité viene tutta da Oltralpe (vini, birre e Champagne), una vera boulangerie che propone eccellenze da consumare al momento o portare a casa. Limitate a olio extravergine d'oliva, prosciutto, caffè e Prosecco le derive italiane. cod 56292

Égalité Boulangerie
via Melzo 22 - 20129 Milano
Tel 02 83482318 - www.www.egalitemilano.it

OSTERIA IL MORO A TRAPANI
CUCINA SICILIANA
E SPERIMENTAZIONE

di *Gianni Paternò*

Un ristorante di classe, più che un'osteria, con una cucina di eccellenza. Una escalation galoppante per i fratelli Enzo e Nicola Bandi che hanno iniziato 12 anni fa con una semplice gastronomia diventata anche trattoria. Nicola è lo chef, autodidatta, con una particolare propensione alla sperimentazione e una spiccata attitudine a saper abbinare gli ingredienti in maniera equilibrata. Ogni piatto è il risultato di tante prove: lo scopo è ottenere godimento per il palato e ammirazione per la vista.

Enzo, decennale esperienza nella gestione di ristoranti di hotel a 5 stelle, si occupa della sala, della comunicazione e dell'organizzazione. Nel 2015 si trasferiscono a Trapani lungo la strada principale. Qui ristrutturano il locale con toni eleganti: 40 coperti più altri 25 nel dehors, ma per poter coccolare al meglio i clienti, non ne accettano mai più di 50 e fanno solo un turno. Nicola si affida agli ottimi prodotti del territorio, usando solo quelli di stagione e non di serra. Il menu estivo comprende alcuni dei cavalli di battaglia, adattati alla stagionalità, nonché 3 menu degustazione. Il pesce la fa da padrone ma non manca la carne. Il nostro percorso comprende pane cunzatu, Sformatino di sarde e crema di parmigiano, Arancina al nero di seppia; per primo Grano a mo' di couscous, poi Tonno scottato al miele di ape nera, Insalata di mare tiepida su crema di patate, finocchi e zenzero; per dolce Limone coniugato a gelo, crema e croccante e Cannolo a modo dello chef. Piatti che dimostrano maturità ed estro creativo; tavola appagante, servizio accurato ed un costo che sfiora l'economico. cod 56521

Osteria Il Moro
via Garibaldi 86 - 91100 Trapani
Tel 0923 23194
www.osteriailmoro.it

TORINO EAT&DRINK

ASADO MA NON SOLO DA "MILANGA"

di *Piera Genta*

Milanga, oltre ad essere il nome del locale, è il progetto di Monica, italiana di nascita ma dal cuore argentino, che da anni porta avanti l'idea di raccontare e di valorizzare la cucina e la cultura di questo Paese. Un posticino davvero grazioso, colorato come La Boca di Buenos Aires, dove gustare la "Milanesa alla Napolitana", nel gergo locale la Milanga, interpretazione argentina della milanese che si trasforma in una base (Angus, maiale, pollo e per i vegetariani anche quinoa e melanzane) da arricchire con altri ingredienti a piacere, cipolla caramellata, salsa di pomodoro, prosciutto e formaggio, pomodoro a tocchetti, uova al padellino e molto altro come fosse una pizza.

La carne di Angus non manca, ma occorre farsi tentare da altre ghiottonerie per vivere una esperienza gastronomica come i gamberi avvolti in uno strato di pancetta e poi grigliati, l'hamburger, i bocconcini di pollo fritti con tante salsine, le melanzane in pastella con miele, gli anelli di cipolla fritti, la tortilla di patate, le empanadas con i vari ripieni. Insalate come l'afrodisiaca Besame mucho con gamberi argentini in salsa di peperoncino, mela verde, semi di papavero, polvere di mandorle. Zuppe calde dalla drenante all'energizzante. Un melting pot di cibi gustosi che richiamano le tradizioni e le influenze delle genti che si sono trasferite durante il XX e il XXI secolo.

Prezzi nella media: per la Milanga di Angus con tre ingredienti si arriva ai 15 euro; l'hamburger speciale 12 euro. Per il sottofiletto di Angus argentino da 350 g si arriva a 21 euro. Un Asado completo di tira de asado, entrana e salsicciotti arriva a 64 euro. Atmosfera accogliente e servizio amichevole. cod 56569

Milanga
via Santa Croce 0/e - 10123 Torino
Tel 011 883958
www.facebook.com/lamejorMilanga

AQUA CRUA, UN PENDOLO TRA GUSTO E PROVOCAZIONE

di *Marco Di Giovanni*

Incastonato tra le strade di Barbarano Vicentino (Vi), ai piedi dei Colli Berici, il ristorante stellato di **Giuliano Baldessari** ha le porte aperte, sa di essere punto di riferimento gourmet capace di dare a questo piccolo paesello quell'appeal in più, che richiama gastroturisti, foodlovers e curiosi. Qui si parla di sperimentazione, nella sua più autentica espressione. Giuliano Baldessari, chef patron, giovane e fresco, ha voglia di osare per divertirsi, di illudere per giocare.

Arredamento semplice e menu con piatti descritti in maniera criptica: «Altrimenti noi a cosa serviamo?», mi domanda ironicamente il giovane maitre **Mattia Ruffilli**. In tavola un menu di quelli che da soli valgono un viaggio.

Richiami alla genuinità della natura in piatti come il Fiore di zucca, proposto crudo con crema di canapa e scaglie di parmigiano di cocco; o l'Argilla, un'anguilla di Chioggia su argilla ventilata, mescolata a salsa teriyaki, un letto questo che porta in bocca il sapore del mare. a voglia di giocare creando e coccolando, come nel Piccione, petto e filetto, accompagnato dal suo fegato che in bocca diventa quasi cioccolato alla nocciola; o nel Miso, linguine Mancini con miso ottenuto dalla fermentazione di fagioli di soia con sale marino e fungo koji.

Infine, la provocazione, «la voglia di spingersi oltre i propri limiti», spiega Giuliano: la Muffa, un controfiletto di fassona marinata con iniezione di una particolare muffa utilizzata per produrre formaggi come il brie.

L'esperienza da Giuliano, per 10 anni braccio destro di Massimiliano Alajmo, si rivela unica nel suo genere, costante pendolo tra gli estremi di gusto e provocazione. cod 55934

Aqua Crua
piazza Calcalusso 11 -
36021 Barbarano Vicentino (Vi)
Tel 0444 776096 www.aquacrua.it

NAPOLI EAT&DRINK

12 MORSI BURGER & FRIENDS DOPO NAPOLI, FA IL BIS A CASERTA

di Vincenzo D'Antonio

Il 12Morsi Burger & Friends ha di recente aperto a Caserta, nel cuore della città. Locale composto da due ampie sale, che alla funzionalità affianca una spiccata gradevolezza estetica. Grande cucina a vista, american bar e dehor esterno. Lo stile replica quello del già famoso locale di Napoli: mood industriale, mattoncini a vista, legno, ferro, luci di design, mise en place molto curata. Bene in vista la cella-frigo per la frollatura delle carni. E sono proprio le carni, fornite da Sabatino Cillo, le grandi protagoniste del locale.

La brigata di cucina è guidata dallo chef Mirco Scognamiglio. A dirigere la sala il prode Michele Cirillo, vasta la sua esperienza, professionale il suo apporto. L'offering trae spiccato valore dall'innovazione tra tecniche di cottura e abbinamenti di ingredienti mai banali. Ortaggi, verdure ed erbe aromatiche provengono per lo più dall'orto di proprietà, piccolo orgoglio aziendale.

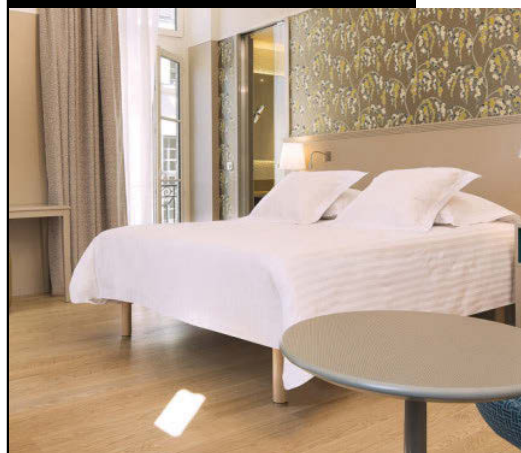
La grande novità è la proposta gluten free affidata ad una cucina separata e rigorosamente a norma per evitare contaminazioni. Una particolare attenzione merita la cucina al vapore fatta con le tradizionali vaporiere in giunco, tipiche della cucina asiatica. Tra i meditati assaggi, i ravioli Gyoza di pasta sfoglia ripieni di spalla di maiale cotta a bassa temperatura e il panino al vapore ripieno di carne di maiale e verdure.

Dodici i panini (bun) proposti in carta: il pane è fatto con farina biologica all'80%, lievitazione naturale di 18 ore. Le carni spaziano dal maiale nero casertano all'hamburger di Kobe passando per Chianina, Marchigiana, Podolica e il Black Angus Australiano. Ciascheduno panino ha sua ricetta esclusiva, studiata dallo chef Mirco Scognamiglio; ne sortiscono panini gourmand, dal "gusto italiano e stile americano", come appropriatamente recita il claim di 12 Morsi. Per i vegetariani e i vegani c'è l'hamburger di legumi e patate. E per chi alla carne preferisce il pesce, ecco i Fish Burger a base di salmone norvegese o astice canadese.

La carta beverage consente bei percorsi di degustazione: ben 80 etichette di vini regionali, nazionali ed estere. cod 56588

12 Morsi Burger & Friends
Corso Trieste 164 - 81100 Caserta
Tel 0823 1849378
www.12morsi.com

OCEANIA HOTEL DE FRANCE SOGGIORNO NEL COMFORT A NANTES

di Leonardo Felician

È una vera istituzione di Nantes, originariamente un palazzo privato del XVIII secolo proprio nel centro su piazza Graslin. Nel cuore del quartiere culturale e commerciale della città, lo storico Hotel de France fa parte della catena francese Oceania. Ha riaperto nel settembre 2014 dopo importanti lavori di restauro: l'ingresso e il salone della reception hanno mantenuto perfettamente l'atmosfera d'epoca, mentre la sala della prima colazione, luminosa al piano terra in fronte strada, il bar e le camere hanno impronta contemporanea.

La comodità e la posizione sono gli atout di questo albergo che permette di esplorare non solo la città, ma tutto il dipartimento della Loira Atlantica, noto tra l'altro per la sua produzione di vini. In tre decenni Nantes è diventata una delle città più dinamiche e innovative della Francia avendo investito molto sul turismo, sulla cultura, sull'architettura e sull'arte. cod 56585

Oceania Hotel de France
24 rue Crébillon - 44000 Nantes
(Francia) - Tel +33 2 40735791
www.oceaniahotels.com

FoodExp
Puglia regina della tavola e dell'accoglienza

Antonio Zaccardi, Sonia Gioia, Paolo Lopriore, Antonio Guida e Giovanni Pizzolante

di *Riccardo Melillo*

La Puglia gastronomica ma non solo, con un'attenzione particolare all'accoglienza a tutto tondo. FoodExp è stata una tre giorni di successo con masterclass, showcooking e tanto altro, svoltasi a Torre del Parco a Lecce. La kermesse (dal 18 al 20 giugno), voluta e organizzata da Giovanni Pizzolante con il sostegno della Regione, è stata preceduta da un intenso press tour alla scoperta di alcune realtà della regione attraverso luoghi, ristoranti e persone.

Prima tappa Polignano a Mare (Ba) con tappa da Tuccino, un must per il pesce crudo e non solo (ricordiamo ad esempio il carpaccio di scorfano e lo scorfano fritto). A seguire al Pashà di Conversano (Ba), ospiti di Antonello Magistà, Maria Cicorella e Antonio Zaccardi, dove scoprire una Puglia di classe, un'accoglienza raffinata e una cucina che sa coniugare le materie prime locali con la giusta dose di creatività, due menzioni particolari a Ricci e mandorle e al Riso Marinara. Profumi e sapori di una terra coniugati con semplicità e maestria.

Tappa obbligata a Putignano (Ba) per conoscere Paolo Campanella, ultimo produttore di farinella (uno sfarinato di ceci e orzo tostati) ancora in attività. La passione poi di Stefano D'Onghia, chef del ristorante Botteghe Antiche, che ha stupito con la semplicità della tradizione attraverso piatti mai banali: su tutti il Lampascione fritto con cotto di fichi, farinella e capocollo di Martina Franca. E poi i cartapestai del carnevale di Putignano, artigiani-artisti di un'arte antica che plasmano la carta e la fanno letteralmente prendere vita. Nella cittadina pugliese non poteva poi mancare una visita all'istrionico Angelo Sabatelli. Gustare la sua cucina ed entrare dietro le quinte per vederlo al lavoro è un'emozione di profumi e sapori tra piatti più collaudati e novità, come la strepitosa Capasanta cotta e cruda... "due servizi". Una rapida sosta mattutina al Le Dune di Porto Cesareo (Le) per approfittare del mare ionico e della cucina del Ristorante Aqua, per poi proseguire alla volta di Lecce, a Torre del Parco, per la prima giornata di lavori di FoodExp.

«FoodExp è un contenitore dinamico - ha sottolineato **Giovanni Pizzolante**, general manager di FoodExp - basti pensare al premio Emergente (Cucina, Sala, Pizza) presentato da Luigi Cremona, ma anche alle masterclass di eccellenze nazionali, da Alessandro Pipero a Francesco Cerea, da Antonio Guida a Paolo Lopriore, che sono stati tra i nostri protagonisti principali. Inoltre abbiamo un contenitore legato alle imprese delle materie prime e dell'industria, che dà la possibilità a questo mondo di partecipare a 360 gradi».

Si sono scoperti i retroscena di storie familiari di successo, come quelli raccontati a Mariella Piscopo da Francesco Cerea del ristorante 3 stelle Michelin Da Vittorio a Brusaporto ➡

(Bg); l'ironia e la passione di Alessandro Pipero, che intervistato da Rosario Didonna, patron di U Vulesce di Cerignola, si è definito "un cazzaro" e con la "Piperosofia" ha conquistato una stella Michelin nel suo Da Pipero a Roma, dove ha proposto il Tavernello a 1 euro nella carta dei vini e la Carbonara a peso nel menu.

Un parterre con tre super chef, quello presentato da Sonia Gioia, che ha visto sul palco Antonio Zaccardi del Pashà di Conversano, una stella Michelin; Antonio Guida, salentino di Depressa, frazione di Tricase nel Leccese, oggi alla guida del Seta Mandarin Oriental, 2 stelle Michelin a Milano, omaggiato con un video di Sonia con la regia di Gianluigi Strafella, che ripercorre a ritroso il suo percorso partendo dalle origini con gli amici, i familiari, i professori; e il grande Paolo Lopriore, allievo diletto di Gualtiero Marchesi, cuoco di pensiero che ha ridisegnato le regole dell'alta cucina riproposta nella sostanza della tavola conviviale in composizione creativa al Ristorante Il Portico di Appiano Gentile.

A chiusura una splendida cena di gala con 4 protagonisti d'eccezione: Antonio Guida, Paolo Lopriore, Antonio Zaccardi e la giovane pastry chef Claudia De Massimo. Che dire, se il buongiorno si vede dal mattino, aspettiamo allora con trepidazione la prossima edizione di FoodExp!

Premio Emergente

I millennial pugliesi sono stati i protagonisti dei concorsi realizzati, su taglio regionale per FoodExp, dal critico gastronomico Luigi Cremona e dalla giornalista Lorenza Vitali, con l'obiettivo di premiare e valorizzare i giovani talenti, offrendo loro una vetrina d'eccezione. I vincitori di Emergente Chef Puglia sono gli under 30 Domenico Di

Tondo de Le Lampare al Fortino di Trani, Savino Benizio di Antichi Sapori di Montegrosso Andria e Vincenzo Montaruli di Mezza Pagnotta a Ruvo di Puglia.

Per il Premio Emergente Pizza Chef Puglia hanno trionfato i salentini Simone Ingrosso della Pizzeria Dei Mille di Corigliano d'Otranto, Michel Greco di 14/89 Food Pop di Gallipoli e Cristiano Taurisano di Luppolo e Farina a Latiano (Br). Gli chef e i pizzaioli che hanno superato la selezione regionale sono entrati di diritto nella competizione che a fine ottobre a Roma selezionerà i migliori del Centro Sud.

Per i ragazzi e le ragazze di sala, invece, si è svolto il 20 giugno il Casting Emergente Sala davanti a una giuria guidata da Lorenza Vitali, con la presenza di Antonella Ricci dello stellato Al Fornello da Ricci, e chi ha saputo meglio mettere in scena il proprio mestiere avrà accesso alla prossima edizione 2019 del Premio Emergente Sala. cod 56338

Mercati enogastronomici

Traino del Turismo

Se il **turismo enogastronomico è aumentato del 9%** nell'ultimo anno, con **un italiano su tre** che ha fatto **almeno un viaggio motivato da cibo, vino e birra**, lo si deve anche alle visite ai **mercati che vendono prodotti locali**. A rilevare questa tendenza è il **primo rapporto sul Turismo enogastronomico italiano**

Secondo la ricerca, la visita di un mercato con prodotti del territorio si piazza al secondo posto nella lista di esperienze food preferite dagli italiani (indicata dal 70%), subito dopo l'ovvio assaggio di piatti tipici in un ristorante locale (73%), e al primo posto tra quelle più gradite dai turisti enogastronomici. «I mercati di prodotti del territorio - spiega **Roberta Garibaldi**, esperta a livello nazionale e internazionale e coordinatrice dell'Osservatorio sul Turismo enogastronomico in Italia - sono apprezzati e ricercati dai turisti. L'offerta oggi si sta diversificando con luoghi sempre più esperienziali, laboratori, incroci non solo di individui, ma anche di arte, musica, cibo, architettura. In Italia abbiamo ottime realtà, che possono essere potenziate con formule più attrattive».

Che ci sia un ulteriore spazio di crescita lo rivela di nuovo il primo rapporto sul Turismo enogastronomico italiano, secondo cui il confronto tra esperienze fruite e desiderate evidenzia un divario ancora ampio: la visita ai mercati di prodotti del territorio è ambita dall'88% del totale dei turisti. «Valorizzare l'esistente o sviluppare nuovi modelli - aggiunge Garibaldi - può quindi essere un'opportunità per le destinazioni che stanno puntando, o sono in procinto di farlo, sul turismo enogastronomico, pensando alla possibilità di creare più mercati permanenti».

I turisti ricercano i prodotti del luogo, la narrazione delle loro storie, l'incontro coi produttori, ma anche la possibilità di degustare. I mercati sono d'altronde un modo eccezionale di conoscere una città e un territorio. Ne raccontano l'anima più autentica, con i colori, i profumi, la folla e, certo, i prodotti. Alcuni hanno conservato l'aspetto storico, come Pignasecca a Napoli o Ballarò a Palermo. Altri si sono evoluti con nuove offerte, dai corsi di cucina ai piatti, dagli eventi alle degustazioni, fino alle architetture più avveniristiche. Ecco qualche buon esempio.

Ha un volto nuovo il Mercato Centrale di Firenze, in un edificio in ghisa e ve-

tro realizzato tra il 1870 e il 1874 da Giuseppe Mengoni, famoso per la progettazione della Galleria Vittorio Emanuele a Milano. Al piano terra offre macellai, pescivendoli, bancarelle di frutta e verdura e piccoli negozietti che vendono specialità locali. Il secondo piano è stato completamente rinnovato e riaperto con un design d'autore, in cui si inseriscono 500 posti a sedere e un ventaglio di proposte, tra cui 12 botteghe, uno spazio dedicato al Consorzio del Chianti Classico, ristorante, pizzeria, birreria, caffetteria, scuola di cucina, eno-scuola, libreria. Dei risultati parlano i numeri: 2 milioni di visitatori l'anno che hanno assicurato al Mercato Centrale il Premio di Italia a Tavola. Il format di Firenze è stato duplicato a Roma, nel Mercato Centrale a Termini. Aperto a ottobre 2016 sotto la storica Cappa Mazzoniana, opera in marmo portoghese realizzata negli anni '30 dall'architetto Angiolo Mazzoni, oggi conta 19 botteghe gourmet con cucina a vista. Il progetto è sempre realizzato da Umberto Montano, ideatore e presidente di quello di Firenze.

Non è propriamente un mercato il Fondaco dei Tedeschi, a Venezia. Ma l'elegante shopping mall è un buon esempio di recupero di un'antica vocazione con un grande consenso di pubblico. Costruito nel 1222, il Fondaco fu per secoli l'emblema del potere mercantile della città lagunare, importante piattaforma di scambi economici. A dicembre 2017, a un anno dall'apertura, il T Fondaco ha tirato le prime somme: con oltre 3 milioni di visitatori è il luogo più frequentato di Venezia, con un'affluenza di gran lunga maggiore di quella di Palazzo Ducale, che accoglie ogni anno un milione e 400mila persone, o di quella della Collezione Guggenheim, pur forte dei suoi 400mila biglietti.

Tra i mercati emblematici europei spicca il Mercat de la Boquería, a Barcellona, posto su una delle porte di accesso alla Rambla, il Portal de Santa Eulalia, in cui l'attività di commercio all'aperto è documentata sin dal 1217. Con i suoi 2.583 metri quadrati e oltre 300 bancarelle, la Boquería è il mercato più famoso di Spagna e il più grande della Catalogna. Le ultime stime parlano di un'affluenza di circa 40mila persone al giorno, di cui un gran numero di turisti.

Appena nato a Berlino è Bikini Kantini, il mercato culinario al Bikini. È l'ultimo arrivato nel progetto che ha rivoluzionato il Zentrum am Zoo, icona d'architettura completata nel 1957 dagli architetti Paul Schwebes e Hans Schoszberger. Dietro alla facciata con i tratti originari, lo shopping mall, la terrazza panoramica di 7mila metri quadri, i negozi popup, un hotel, un cinema.

Ad Amsterdam da non perdere è il Foodhallen, in un'ex rimessa di tram. Nel mercato coperto, stand, bancarelle, ristoranti circondano i tavoli centrali dove si assaggiano formaggi e salumi olandesi, ma anche i piatti di pesce di Le Big Fish, i burger di The Butcher, l'entrecôte di qualità di L'Entrecôte Mobile o gli snack vietnamiti di ViêtView.

A Rotterdam l'architettura moderna tanto presente in città contagia anche lo shopping. Tra le new entry, il Markthal: è il più grande mercato coperto dei Paesi Bassi, progettato dallo studio Mvrdv Architects. La sua spettacolare forma a ferro di cavallo, alta 40 metri e decorata all'interno dal colorato murales di Arno Conen e Iris Roskam, sovrasta bancarelle alimentari, negozi e ristoranti. Con tanto di appartamenti ricavati nelle enormi arcate.

Dall'altra parte dell'Oceano, il Chelsea Market di New York è un mix di archeologia industriale, storia operaia, godimento gastronomico. Anche qui il commercio risale al tempo in cui gli indiani Algonquin attraccavano le canoe sulla riva del fiume Hudson per vendere selvaggina ai coloni bianchi. Una destinazione che continua: fu il mattatoio di New York, la sede delle fabbriche di carne in scatola, lo spazio dei primi biscottifici e della New York Biscuit Company. Dalla fusione di questa con la National Biscuit Company nacque il gigante Nabisco. È ad essa che a fine Ottocento si deve la nascita di un complesso industriale nel Meatpacking District. Oggi, trasformato nel Chelsea Market, attrae eserciti di newyorchesi affamati e di turisti affascinati dal luogo colmo di storia e di offerte culinarie, dalle aragoste ai muffin. I visitatori raggiungono i 6 milioni all'anno. cod 56320

Gluten Free Expo

Sempre più professionale

Gluten Free Expo, salone internazionale dedicato al mercato e ai prodotti senza glutine, e Fic - Federazione italiana cuochi insieme per rendere ancora più ricca la settima edizione della manifestazione che si terrà alla Fiera di Rimini dal 17 al 20 novembre 2018 in contemporanea con la seconda edizione di Lactose Free Expo, salone dedicato al mercato e ai prodotti senza lattosio.

Lunedì 19 novembre verrà lanciata la prima edizione di Fic Gluten Free Pro Training, una giornata di formazione ad opera dei cuochi Fic e rivolta a tutti i cuochi che desiderano avvicinarsi alla cucina gluten free, scoprirne i segreti o approfondire il proprio know how. Da uno studio condotto da una multinazionale del settore food, l'80% dei celiaci decide dove andare a mangiare fuori in compagnia e il 74% mangerebbe fuori più spesso se fosse sicuro di trovare un'opzione gluten free. Il progetto si inserisce nel percorso che Gluten Free Expo sta portando avanti in questi anni per coinvolgere un numero sempre più grande di professionisti del settore Horeca e per informarli e formarli sulle potenzialità e sul valore aggiunto della ristorazione gluten free.

NOVEMBRE
Dal 17
al 20

Gluten Free Expo si dice orgoglioso di avere Fic al proprio fianco in un percorso che getta le basi per una proficua collaborazione futura.

Tutti i soci Fic che presenteranno alle casse la tessera 2018 potranno entrare gratuitamente alla settima edizione di Gluten Free Expo e alla seconda edizione di Lactose Free Expo, appuntamenti entrambi organizzati da Exmedia Srl, società del gruppo Italian Exhibition Group.

cod 56483

Per informazioni:
www.glutenfreeexpo.eu - www.fic.it

TripAdvisor-Fipe Patto per migliorare

Novità importante, ma restano dubbi

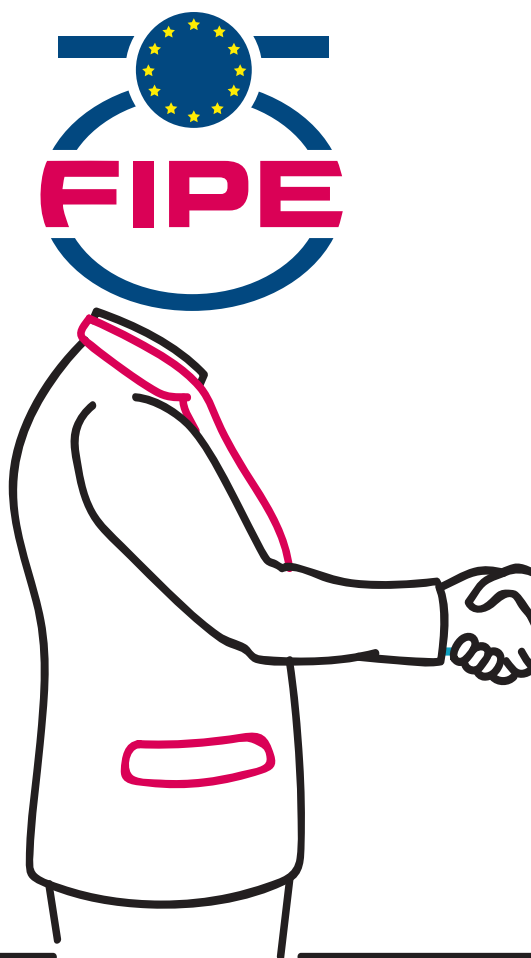
Più filtri di ricerca, differenziazione dei locali, progetti di formazione e classifiche più ragionevoli. Questo in sintesi il contenuto del **patto firmato a Londra** tra il **Gufo e la Fipe** che mira a rendere più credibile la piattaforma. Un punto di partenza globale che parte da un **modello italiano**, ma che **lascia ancora dei nervi scoperti**

di *Federico Biffignandi*

La Federazione italiana pubblici esercizi si è detta molto soddisfatta per quanto ottenuto. Quello che si è svolto nella capitale britannica era un appuntamento a lungo agognato e finalmente si è concretizzato per la prima volta nel panorama delle associazioni imprenditoriali che rappresentano il mondo della ristorazione e del fuori-casa.

In rappresentanza di Fipe si sono seduti al tavolo i vicepresidenti nazionali Aldo Cursano e Giancarlo Deidda, il presidente di Fipe Emilia Romagna Matteo Musacci, il vicepresidente della Fipe di Milano Fabio Acampora, il direttore generale Roberto Calugi e il vicedirettore generale Luciano Sbraga. In rappresentanza di TripAdvisor, all'incontro erano presenti Gerard Murphy, director of product for restaurants, Sally Davey, global director industry relations, e Valentina Quattro, associate director communications e portavoce per l'Italia.

La "Soluzione Fipe", come la stessa Federazione ha ribattezzato l'accordo, si articola in alcuni punti:

- Un monitoraggio ancor più puntuale e congiunto, da parte di TripAdvisor e degli esercenti, delle recensioni sulla piattaforma per segnalare e verificare tempestivamente l'autenticità di recensioni potenzialmente false ad opera di privati o agenzie. Una più dettagliata classificazione delle diverse tipologie di esercizi presenti su TripAdvisor, in particolare attraverso una più marcata e immediata distinzione tra ristoranti "con servizio" e attività "senza servizio" (categoria in cui rientrano ad esempio i take away).
- Il potenziamento dei filtri di ricerca su TripAdvisor per consentire agli utenti di trovare con maggiore facilità l'esercizio più adatto alle proprie esigenze considerando già in fase di selezione parametri quali fascia di prezzo, categoria del ristorante, tipo di cucina, sulla falsariga di quanto avviene con i servizi di ricerca e prenotazione online degli alberghi.
- Il rapporto congiunto sulla reputation on line della ristorazione italiana. Una volta all'anno Fipe e TripAdvisor si

confronteranno intorno ai risultati che il mondo della ristorazione italiana ha raggiunto nell'opinione degli utenti anche in rapporto ai principali competitor del Paese.

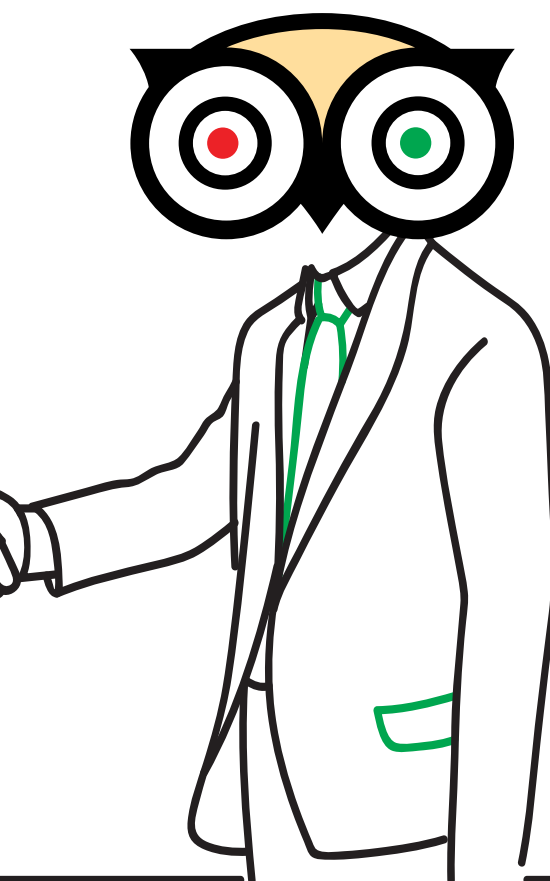
- Lo sviluppo di una possibile campagna "educational" firmata Fipe e TripAdvisor nei confronti degli utenti e clienti, effettivi e potenziali, con lo scopo di fornire consigli sia per la lettura che per la scrittura di recensioni di ristoranti in rete, per far sì che siano il più corrette e utili possibile.

«Un risultato di grande importanza per tutto il nostro mondo e per i clienti che nel futuro, in ogni parte del globo, usufruiranno di TripAdvisor», ha commentato il vicepresidente FIpe **Aldo Cursano**. «Il rafforzamento della collaborazione per contrastare le false recensioni è un forte segnale che vogliamo dare a tutto il mondo della ristorazione a sostegno della trasparenza e della legalità: una risposta condivisa contro chi, sia come singolo che tramite agenzie ad hoc, ricorre a scorciatoie e sotterfugi per ingannare i consumatori e penalizzare i competitor. Altro aspetto importante riguarda il potenziamento dei filtri di ricerca per consentire agli utenti di trovare con facilità il ristorante più adatto alle rispettive esigenze. I ristoranti con servizio saranno ben distinti dalle attività senza servizio. Mettere insieme ristoranti e take away è un limite e un errore che abbiamo segnalato fin da subito a TripAdvisor. Finalmente hanno riconosciuto che avevamo ragione e questo riguarderà tutti i Paesi».

Aldo Cursano, Giancarlo Deidda, Roberto Calugi, Matteo Musacci, Fabio Acampora e Luciano Sbraga

«L'incontro nei nostri uffici di Londra - ha commentato **Sally Davey** - è un importante passo avanti che sancisce ulteriormente la stretta e positiva collaborazione con la Fipe. È stata una giornata costruttiva di scambio e confronto su temi rilevanti che ha portato da un lato alla realizzazione di progetti fondamentali per la ristorazione italiana, per il sito e per i suoi utenti e dall'altro a possibili interessanti sinergie future. Siamo davvero felici di questa partnership che negli anni si è sempre più rafforzata e ha portato risultati fondamentali per tutti».

L'impegno a dare un'impostazione diversa a TripAdvisor c'è, ma restano nodi ancora da sciogliere. Se è vero che si aiuta l'utente consumatore ad orientarsi meglio tra le recensioni è anche vero che sembra zoppicare la strategia scelta per certificare che i commenti postati siano reali, affidabili, quantomeno derivanti da persone che davvero hanno presenziato in un determinato locale. Controllo, sì: ma come? Con quali parametri? Come si risolve l'anonimato? Inoltre non tutti i ristoratori hanno il piacere di "esporsi" e ricevere commenti (soprattutto considerata l'inaffidabilità galoppante degli ultimi tempi) e resta da capire come questi possano fare per togliersi dal Gufo, senza dovere ricorrere a sentenze che prima o poi segneranno una giurisprudenza che deve tutelare anche l'immagine delle imprese. Fipe sostiene di essere sempre a disposizione dei propri associati sfruttando poi canali diretti con TripAdvisor. E ciò è positivo, certamente un passo avanti, ma le richieste di aiuto e le lamentele per ora non sono di certo cessate.

cod 56476

Nuove classifiche e più formazione

Cursano: «Fipe orgogliosa e soddisfatta»

Grazie all'**accordo** siglato a Londra con la **Federazione italiana pubblici esercizi**, **TripAdvisor è uscito allo scoperto**, ci ha messo la faccia e ha dichiarato guerra aperta a chi sfrutta il portale per **denigrare attività "rivali"** (spesso diffamando) o per **esaltare la propria in modo fazioso**

Aldo Cursano, vicepresidente vicario nazionale nonché presidente di Fipe Toscana, ha parlato addirittura di «momento storico» per tutto il mondo della ristorazione internazionale, dal momento che «TripAdvisor ha messo al centro valori e principi solidi e importanti che vanno incontro alle esigenze e alla cultura americana ma, ancor di più, europea che fino ad ora aveva condiviso ben poco della logica del Gufo». Cursano ha sottolineato anche quanto la Fipe abbia lavorato negli ultimi anni per dare risposte ai propri associati, vessati da criticità legate a recensioni false, e di come intenda «rendere la vita sempre più ardua ai "furbetti" della ristorazione che tentano di percorrere scorciatoie poco lecite per favorire i propri locali».

Bene, tutto apprezzabile e tutto lavoro a cui poter rendere onore. Ma in concreto che cosa cambierà? L'elemento rivoluzionario della "politica TripAdvisor" sta nella netta differenziazione dei locali che verranno recensiti sul portale. In parole semplici: se fino ad ora un take away, una paninoteca o un venditore ambulante venivano inseriti nella stessa classifica di gradimento di un ristorante stellato, ora non sarà più così. Non esisterà più dunque una sola classifica dalla quale, come ogni anno, risulterà (secondo uno strano algoritmo) "il miglior ristorante del mondo", ma varie classifiche a seconda del target e della tipologia di ogni locale. Del resto succede così in tutti i concorsi gastronomici, enologici, ma anche al di fuori del mondo food&wine.

Italia a Tavola da sempre sostiene questa logica (la campagna di comunicazione e di sensibilizzazione "#NoTripAdvisor" ne è l'esempio emblematico), ritenendo che ogni locale abbia delle sue peculiarità, si rivolga ad un determinato pubblico e ambisca a determinati traguardi. Non ha alcun senso stilare classifiche di gradimento che ingannano l'utente, mettendo nello stesso calderone ogni tipo di locale e non tenendo nemmeno conto delle differenti fasce di prezzo tra un locale e l'altro.

«Ma c'è anche un altro elemento rilevante e innovativo - ha spiegato Cursano - che risiede nella voglia di TripAdvisor di valorizzare la storicità dei locali, la loro cultura, le loro radici, la loro tipicità, e questo prende esempio dal modello di ristorazione tutto

italiano. Per noi e per tutto il sistema è motivo di orgoglio».

La "pressione" del mondo dell'informazione a difesa di un sistema più controllato, trasparente e veritiero ha senza dubbio favorito questo incontro e questa svolta che, almeno nelle premesse, possiamo definire quasi "epocale". Non di rado, come è accaduto anche tra Italia a Tavola e Fipe, si è arrivati anche ad uno scontro molto acceso. Cursano ha spiegato: «Tutti, a loro modo, hanno contribuito al raggiungimento di questo risultato, anche Italia a Tavola che negli ultimi anni ha giocato la sua partita. La nostra posizione era tuttavia complessa perché noi siamo un'associazione che deve lavorare per trovare soluzioni certe e legali e per dare risposte ai nostri associati. Lo abbiamo fatto, diventando i primi ad aprire un canale diretto con TripAdvisor per risolvere criticità segnalateci dai nostri associati».

Resta aperta una questione: come impedire che gli utenti postino recensioni false? «La strada è lunga - ha risposto Cursano - ma la vogliamo percorrere con tutta la nostra voglia di ripulire questo strumento dai "furbetti". Con TripAdvisor avvieremo una massiccia attività di comunicazione e di formazione a favore degli utenti e dei ristoratori per spiegare loro come postare recensioni, ma anche come leggerle. Occorre far capire a tutti quanto possa essere rischioso commentare in modo negativo un'esperienza. Inoltre verranno implementati gli strumenti di filtraggio e di controllo di tutto quello che viene pubblicato sul portale. Noi come Fipe abbiamo sempre attive le nostre sedi provinciali alle quali i nostri soci possono sempre rivolgersi per risolvere le loro problematiche legate a TripAdvisor».

cod 56437

Eliminare falsi post? Roberto Calugi: «Ci stiamo lavorando»

L'accordo raggiunto tra Fipe e TripAdvisor per una maggiore trasparenza e un miglioramento della piattaforma sembra solo l'inizio di un cambiamento più corposo che ci si augura possa avvenire in tempi brevi. Il direttore generale di Fipe **Roberto Calugi** chiede maggior obiettività nei confronti della piattaforma: «Ritengo che non sia corretto vedere solo il bicchiere mezzo vuoto - ha detto - ma che vadano analizzati e valorizzati anche gli aspetti positivi offerti da TripAdvisor. Senza dubbio ci sono state attività che sono state danneggiate da alcune recensioni "false", ma ci sono altrettanti locali che hanno beneficiato di questo servizio».

«Fino ad oggi - ha aggiunto Calugi - la situazione era paradossale. Vanno rispettate tutte le tipologie di attività, ma bisogna riconoscere ad ognuna le sue peculiarità e la scelta di creare delle categorie ben precise va in quella direzione». Lecito chiedersi come mai TripAdvisor non avesse pensato prima a questa soluzione. «Dobbiamo renderci conto - ha risposto Calugi - che la nostra cultura enogastronomica italiana è enorme, la più sopraffina del mondo. Detto questo non dobbiamo aspettarci che tutti gli altri colgano certe differenze, certe sfumature che invece per noi sono immediate. Con TripAdvisor abbiamo scelto la strada del dialogo e del confronto (anche duro) piuttosto che quella dello scontro».

Sul problema ancora irrisolto delle false recensioni, Calugi ha spiegato: «Tutti i nostri associati possono rivolgersi alle sedi locali dell'Ascom per chiedere assistenza se ritengono di essere danneggiati inopportunamente da un post. Noi ci faremo carico della loro richiesta e segnaleremo direttamente al Gufo la questione perché venga risolta in tempi brevi. Questo al momento è solo un primo passaggio, sappiamo che ci sarà da lavorare per migliorare ancora».

Altro nervo scoperto quello dei commenti anonimi: «Comprendo benissimo la frustrazione di chi subisce attacchi da persone non identificabili - ha detto il direttore generale di Fipe - ma credo che non sia solo un problema di TripAdvisor questo. Siamo nell'epoca del digitale e da qui non si può più tornare indietro. Pensare di raggiungere personalmente i vertici di una piattaforma non è possibile, ma lavoreremo perché si trovi una giusta via di mezzo utile a tutti». cod 56499

3rd Floor Productions

Progetto Ifse per promuovere l'immagine delle aziende

3rd Floor Productions, con il suo team di **professionisti a 360 gradi**, è il **nuovo progetto di Ifse**, la rinomata scuola di alta cucina e pasticceria, **dedicato alle aziende per shooting, video e molto altro**

Una vocazione alla formazione quella di Ifse, da sempre, ma che negli anni ha visto anche una diversificazione delle proprie attività, prima con la realizzazione di eventi promozionali dedicati all'enogastronomia italiana e più di recente con un progetto dedicato alle aziende per supportarle nella comunicazione.

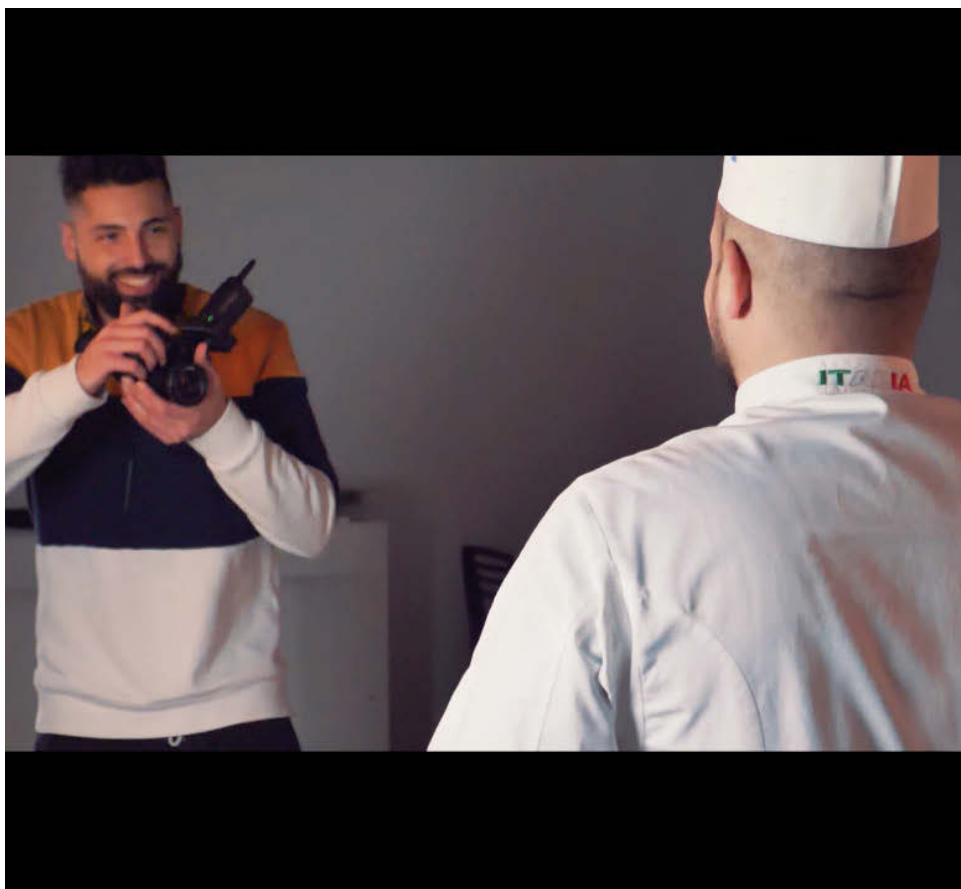
Sono molte le aziende del panorama agroalimentare italiano e del mondo delle attrezzature alberghiere che da anni supportano l'istituto e lo affiancano nella formazione. In collaborazione con queste Ifse ha iniziato a sviluppare i primi progetti riguardanti shooting prodotto, video ricette, video tutorial, elaborazione cataloghi, studio loghi, rifacimento siti e molto altro (info su **www.ifse.it/consulenze**).

La qualità del servizio e lo stile accattivante dei prodotti realizzati non ha tardato a fare da richiamo alle aziende, di qui la realizzazione di un progetto strutturato dedicato a questi temi. A capo del progetto il responsabile della comunicazione Saverio Pisano, grafico,

fotografo e video maker Ifse, che oltre al progetto ha realizzato uno spazio dedicato all'avanguardia presso la scuola.

Videocamere professionali, fotocamere full frame, limbo fotografico per fotografie di ritratto, tavolo per fotografia still life, luci studio flash, luci da studio continue: sono solo alcune delle dotazioni che completano l'area, con la possibilità di realizzazione di scatti fotografici per adv e cataloghi, video tutorial, video ricette e molto altro. Oltre all'attrezzatura professionale trovano spazio piani di lavoro, piastre a induzione e altri elettrodomestici, utensili e stoviglie di vario genere a disposizione degli chef che valorizzeranno i prodotti nella realizzazione di shooting e video. A ulteriore supporto i laboratori dell'istituto.

Il grande valore aggiunto offerto da Ifse è quello di trovare in un solo posto tutto ciò che è utile a realizzare il proprio progetto, soprattutto per le aziende di food: fotografo e video maker professionista, chef e food designer, cucina, piani di lavoro e attrezzature all'avanguardia, tutto il meglio in un unico luogo che si traduce in massima efficienza ed efficacia in fase di realizzazione, oltre che una notevole riduzione di costi per il cliente e la sicurezza di ottenere un risultato di qualità, ma soprattutto studiato sulle esigenze specifiche nel dettaglio.

«Da tempo offrivamo servizi di questo tipo alle oltre 70 aziende che ci sostengono - ha spiegato **Raffaele Trovato**, direttore generale Ifse - da qui l'idea di creare un progetto completo e strutturato con spazi dedicati per allargare l'offerta anche alle altre aziende che sono alla ricerca di un partner per la comunicazione e si vogliono avvalere di un team completo di professionisti di alto livello che si possa occupare dello studio progetto in ogni sua fase e in ogni suo aspetto».

Molte le aziende italiane, ma anche le multinazionali, che si sono già affidate ad Ifse per la realizzazione di lavori di vario genere che riguardano anche altri aspetti legati alla comunicazione quali la grafica e il web.

Presto verranno presentati i partner tecnici e sponsor del progetto e svelate le immagini reali degli spazi 3rd Floor Productions. Davvero poliedrica la scuola di alta cucina e pasticceria Ifse, che con 3rd Floor Productions ha messo a segno l'ennesimo progetto vincente a servizio delle aziende.

cod 56369

Per informazioni: **www.ifse.it**

La Stampa, 7 e Le Monde
Ferrari premia titolo, copertina e articolo dell'anno

Violenza sulle donne, immigrazione e lo straordinario successo di Milano sono i temi in evidenza all'11ª edizione del Premio Ferrari. La cerimonia si è svolta in Triennale a Milano. L'iniziativa premia la creatività delle redazioni italiane e le testate straniere che celebrano l'eccellenza made in Italy. Titolo dell'anno "Il silenzio delle innocenti", dedicato da *La Stampa* alla violenza sulle donne. Copertina dell'anno è quella con cui "7" del *Corriere della sera*, diretto da Beppe Severgnini, si interroga sul ruolo degli immigrati in Italia, con la graffiante domanda "Servo?". Il magazine "*M - Magazine du Monde*" si aggiudica invece il Premio Ferrari Arte di vivere italiana - Articolo dell'anno, grazie all'ampio reportage su Milano anticipato dalla copertina "Milano, tempio del gusto".

Il Premio Ferrari è un'iniziativa culturale che la cantina trentina ha voluto istituire per premiare la creatività espressa dalle redazioni italiane tramite titoli e copertine e per valorizzare le testate straniere che abbiano celebrato il bello, buono e ben fatto del nostro Paese, di cui Ferrari è ambasciatore nel mondo.

Questa la motivazione con cui la giuria ha premiato La Stampa per "Il silenzio delle innocenti" pubblicato il 4 ottobre 2017: «Le violenze sessuali sulle donne sono tante, le denunce pochissime, solo il 12%, svelano le statistiche. Si tace per paura, per i ricatti, perché ci si sente in colpa, perché si teme comunque il giudizio degli altri. La Stampa ha saputo raccontare tutto ciò con un'esemplare inchiesta che ha la sua degna cornice in un titolo che esprime perfettamente il dramma vissuto dalle donne vittime di una violenza».

Il settimanale 7 del Corriere della sera ha invece conquistato la Copertina dell'anno con il numero dell'1 giugno 2017 e la vittoria è stata così motivata dalla giuria: «Nella sua essenzialità, perché si riduce a un'immagine, a un titolo di una sola parola e a un sommario esilissimo, questa copertina di 7 ha l'identica forza prorompente di un editoriale. Perché, con l'eleganza della grafica, la retorica degli interrogativi e l'ironia che si svela nell'unica parola del titolo, "Servo?" fa comprendere che l'immigrazione può essere utile all'Italia».

M - Magazine du Monde ha trionfato sulla ricca selezione di articoli finalisti del Premio Ferrari Arte di vivere italiana - Articolo dell'anno, grazie al pezzo scritto da Jérôme Gautheret e pubblicato sul numero di aprile dedicato a Milano, definita «tempio del gusto» e «città dalla modernità straordinaria, mecca del lusso e capitale internazionale del design». cod 56293

Confezioni dal design italiano Quando sono belle, vincono tutto

Il Bello del Gusto

Appunti sull'estetica della comunicazione enogastronomica

Quando sosteniamo che tutta l'industria agroalimentare e le eccellenze dell'enogastronomia dovrebbero comunicare meglio per diventare ancora più vincenti nel mondo, sentiamo sempre e solo mugugni. Come se gli investimenti in marketing e comunicazione fossero dei fastidi per le aziende italiane. Quando possiamo raccontare storie come quella di Mutti e dei suoi prodotti, confidiamo che i buoni esempi di comunicazione aprano la strada a tutte le aziende: quelle grandi e strutturate, così come quelle piccole, a conduzione familiare, ma con grandi potenziali di crescita. Infatti l'azienda di Francesco Mutti, amministratore delegato dello storico marchio, ha recentemente deciso di modificare le sue confezioni in chiave di innovazione e qualità, affidandosi ad una conosciuta agenzia italiana, Auge.

La nuova veste grafica interpreta le specialità di pomodoro - Polpa, Passata, Pelati, Triplo Concentrato, Datterini e Ciliegini - creando un design che dialoga con il passato e con il futuro, con l'artigianalità e con l'innovazione, in linea con i valori che da sempre caratterizzano Mutti. I simboli astratti e geometrici, utilizzati per rappresentare le sei specialità di pomodoro, e il loro studio grafico - con l'utilizzo dell'oro - coniugano la storia ultracentenaria dell'azienda con la sua capacità di cambiare le regole del settore, mantenendo fedeltà alla missione della marca: portare il pomodoro alla sua massima espressione di bellezza.

di Pasquale Diaferia

Ma non finisce qui. Perché i designer hanno sviluppato, del nuovo packaging, anche un'edizione speciale, nata per celebrare la presenza dell'azienda parmigiana all'interno di Fico Eataly World a Bologna. Una vera e propria "limited edition" da collezione, solo per i visitatori del parco agro-

alimentare più grande del mondo, disponibili esclusivamente nel negozio situato all'interno dello spazio Solo Pomodoro.

Fin qui il lavoro dell'agenzia, supportata dall'intelligenza e dal gusto del cliente. Poi arrivano i risultati, non solo commerciali. Perché lo scorso 30 aprile le confezioni vincono a Boston il Best of show, un importante premio di grafica statunitense, e il 20 giugno un Leone d'argento e uno di bronzo al Festival della Creatività di Cannes, la massima manifestazione mondiale del settore della comunicazione commerciale.

Una bella soddisfazione per l'ad **Francesco Mutti**: «Siamo molto felici di questo incredibile riconoscimento, che premia la volontà di creare qualcosa di veramente innovativo e unico in una categoria difficile ma ispirante come quella del pomodoro, celebrando al contempo la nostra qualità e il nostro saper fare. Volevamo offrire a tutti coloro che visiteranno il nostro padiglione all'interno di Fico una nuova esperienza dei prodotti. All'interno i nostri pomodori hanno la qualità e le caratteristiche organolettiche di sempre, ma all'esterno abbiamo scelto una veste celebrativa e senza tempo che rappresentasse la semplicità e la genuinità dei nostri prodotti».

Chiaramente è un riconoscimento anche alla qualità del design italiano, come spiegano **Davide Mosconi**, direttore creativo Auge Design, e **Giorgio Natale**, socio fondatore dell'agenzia insieme a **Federica Ariagno**: «Questo successo è tanto apprezzato quanto incredibile e conferma la nostra rilevanza nel mondo del packaging e del brand design. A neanche un anno dalla fondazione di Auge Design questa notizia è più di un buon auspicio: è il premio al nostro lavoro quotidiano, alla nostra crescita costante».

Ma a questo punto l'invito a tutte le aziende nazionali è a ripensare in modo nuovo l'utilità e la qualità della propria comunicazione. Scegliete professionisti italiani di eccellenza e usate queste abilità per migliorare la vostra immagine e il vostro marketing. Perché se è vero che l'agroalimentare italiano è il più vario e qualitativo del mondo, è altrettanto certificato che non c'è modo più efficace per far crescere a livello mondiale il valore delle proprie marche e delle proprie aziende che comunicare in modo bello e originale.

cod 56362

Italia a Tavola

NETWORK DI COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE

Edizioni Contatto srl
via Piatti, 51 · 24030 Mozzo (Bg)

Direttore responsabile
Alberto Lupini · alberto.lupini@italiaatavola.net

Redazione
Tel 035 460563 · Fax 02 700557702 · redazione@italiaatavola.net

Matteo Scibilia (*responsabile scientifico*) · matteo.scibilia@italiaatavola.net
Roberto Vitali (*editorialista*) · roberto.vitali15@alice.it
Gabriele Ancona (*vicedirettore*) · gabriele.ancona@italiaatavola.net
Lucio Tordini (*coordinatore di redazione*) · lucio.tordini@italiaatavola.net
Piera Genta (*inviata*) · piera.genta@italiaatavola.net
Federico Biffignandi (*redattore*) · federico.biffignandi@italiaatavola.net
Marco Di Giovanni (*redattore*) · marco.digiovanni@italiaatavola.net
Elisabetta Passera (*segreteria*) · redazione@italiaatavola.net
Riccardo Melillo (*grafica e impaginazione*) · riccardo.melillo@italiaatavola.net

Comitato scientifico
Giorgio Antonio Donegani, Massimo Artorige Giubilesi, Sergio Mei, Matteo Scibilia

Editore
Mariuccia Passera · mariuccia.passera@italiaatavola.net

Amministrazione
segreteria@italiaatavola.net

Pubblicità, eventi e marketing
Tel 035 615370 · Fax 035 5096886 · direzionecommerciale@italiaatavola.net
Andrea Lupini (*direttore commerciale e iniziative speciali*) · andrea.lupini@italiaatavola.net
Laura Miedico (*responsabile direzione commerciale*) · laura.miedico@italiaatavola.net
Livia Gerosa · livia.gerosa@italiaatavola.net · Brian Vavassori · brian.vavassori@italiaatavola.net

Corrispondenti di zona
Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta · Piera Genta · piera.genta@italiaatavola.net · 335 6438533
Lombardia orientale · Renato Andreolassi · renato.andreolassi@alice.it · 336 722309
Pavia-Piacenza · Stefano Calvi · s.calvi@ilquattro.it · 335 5615736
Belluno-Bolzano-Trento · Lina Pison · linapison@gmail.com · 346 6658851
Friuli Venezia Giulia · Liliana Savioli · lilli_sa@hotmail.com · 338 3128383
Emilia Romagna · Roberto Zoli · zoliroberto@gmail.com · 335 6314125
· Giuseppe De Biasi · dbpino60@gmail.com · 327 6216805
Toscana e Umbria · Alessandro Maurilli · a.maurilli@almapress.net · 320 7668222
· Claudio Zeni · zeniclaudio@alice.it · 347 7724077
Lazio · Mariella Morosi · mariellamorosi@hotmail.com · 335 1250106
Marche · Benedetta Gandini · b.gandini22@gmail.com · 339 1889648
· Carla Latini · carla@carlalatini.com · 393 5727633
Abruzzo · Monica Di Pillo · monica.dipillo@yahoo.com · 329 3022142
Campania e Molise · Vincenzo D'Antonio · vincenzo.dantonio@italiaatavola.net · 329 9092374
Puglia · Sandro Romano · sralessandroromano@gmail.com · 339 6314601
Calabria · Tommaso Caporale · dodicialitro@gmail.com · 393 6287001
Sicilia · Gianni Paternò · giopate@libero.it · 334 7691599
· Piero Rotolo · pierotolo@tin.it · 338 5424458
Svizzera (Canton Ticino) · Rocco Lettieri · simpatico.melograno@tin.it · 368 925312

Luglio / Agosto 2018 · anno XXXII · n. 261 - Italia a Tavola è una rivista di aggiornamento professionale, cultura enogastronomica e turismo per l'Horeca. Si rivolge ad alberghi, ristoranti, trattorie, pizzerie, bar, cuochi, pasticceri, maitre, assaggiatori, barman, sommelier, enti, aziende e associazioni del settore in tutta Italia.

Collaboratori di questo numero
Giovanni Angelucci, Federico Anzellotti, Fausto Borella, Milly Callegari, Cristiano Canali, Alessandro D'Andrea, Enrico Derflingher, Guerrino Di Benedetto, Pasquale Diaferia, Leonardo Felician, Carmine Lamorte, Vincenzo Liccardi, Ernesto Molteni, Serena Pironi, Rocco Pozzulo, Marco Reitano, Guido Ricciarelli, Claudio Riolo, Enrico Rota, Toni Sàrcina, Lucia Siliprandi, Davide Staffa, Francesca Totò, Simonetta Verdirame

Foto Thinkstock® 2018 - gettyimages® 2018 - Italia a Tavola

- Il quotidiano www.italiaatavola.net
- Le newsletter settimanali
- La rivista mensile
- La web tv
- Una community con oltre 177.000 utenti
- La App Italia a Tavola

SEGUICI SU:

ABBONATI

Tariffe per l'abbonamento annuale:
Abbonamento nazionale € 39,00.
Per sottoscrivere il tuo abbonamento a 10 numeri della rivista e scegliere la modalità di pagamento che preferisci (online, bollettino postale, bonifico ecc.) visita il sito www.italiaatavola.net/abbonamenti
Abbonamento estero € 70,00

Partner di:

FIC Federazione Italiana Cuochi

Euro-Toques Italia

itchefs-GVCI Gruppo Virtuale Cuochi Italiani

Conpait Confederazione Pasticceri Italiani

AMPI Accademia Maestri Pasticceri Italiani

Avpn Associazione Verace Pizza Napoletana

Apn Associazione Pizzaiuoli Napoletani

Noi Di Sala Camerieri, Maitre e Sommelier

Ada Associazione Direttori Albergo

European Hotel Managers Association

ABI Professional Associazione Barmen Italiani

Movimento Turismo del Vino

Associazione Italiana Sommelier

IFSE Italina Food Style Education

Saps Agnelli Cooking Lab

Ika Italian Kitchen Academy - Roma

Streetfood Project

Stampa: Graphicscalve SpA
via Dei Livelli di Sopra, 6/A - 24060 Costa di Mezzate (Bg)
Coordinamento editoriale e diffusione: Addressvitt
Registrazione del Tribunale di Bergamo n. 39 del 21/11/88
Iscrizione al Roc (Registro degli operatori di comunicazione) n.10548.
Chiuso in tipografia il 1giugno 2018

Azienda associata A.N.E.S.